

Федеральное агентство по образованию  
ГОУ ВПО «Российский государственный профессионально-  
педагогический университет»  
ГОУ ВПО «Уральская государственная архитектурно-  
художественная академия»  
Институт Урбанистики

**Климова Г.П., Климов В.П.**

**Эстетический вкус  
как  
проектная культура и творчество личности**

**Монография**

Екатеринбург 2009

УДК 658.512.2

ББК Ю8

К 49

**Климова Г.П., Климов В.П.** Эстетический вкус как проектная культура и творчество личности [Текст]: моногр. / под ред. Г.П. Климовой; В.П. Климова; ГОУ ВПО «Рос. гос. проф.- пед. ун-т». Екатеринбург, 2009. 110 с.

В монографии сделана попытка обобщения и адаптации теоретических и прикладных исследований эстетического вкуса и возможностей распространения его продуктивных значений на социально-культурном, личностно-ментальном и профессиональном уровнях. Книга содержит как традиционные взгляды на природу вкуса и его отношения с искусством, так и современную ситуацию функционирования вкуса в условиях нарастания глобализации, информатизации, виртуализации современного общества. Данное издание задумано как некий проект осмысления эстетического вкуса и экстраполяция его положений на самую широкую аудиторию.

*Публикация книги осуществлена при поддержке РГНФ-Урал, 2009, № 09-06-83605 а/У и РГНФ-Урал, 2009, № 09-06-83684 з/У.*

Рецензенты: д-р пед. наук, проф. ГОУ ВПО «Уральский государственный экономический университет» В.А. Метаева; канд. философ. наук, доц. ГОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет» Л.А. Кленов.

© ГОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», 2009

© Климова Г. П., Климов В. П., 2009

## Оглавление

<b>Введение.....</b>	<b>4</b>
<b>Раздел 1. ФЕНОМЕН ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВКУСА.....</b>	<b>6</b>
Глава 1. История возникновения и эволюция категории «эстетический вкус» .....	6
Глава 2. Анализ современных трактовок категории «эстетический вкус».....	18
<b>Раздел 2. ЭСТЕТИЧЕСКИЙ ВКУС КАК ПРОЕКТНАЯ КУЛЬТУРА И         ТВОРЧЕСТВО.....</b>	<b>24</b>
Глава 3. Вкус как условие эстетического и художественного развития личности.....	24
Глава 4. Вкус в парадигме педагогического проектирования.....	39
Глава 5. Вкус как творчество и мера в дизайн - образовании.....	44
<b>Раздел 3. XXI ВЕК: БЛЕСК И НИЩЕТА ВКУСА.....</b>	<b>53</b>
Глава 6. Вкус в эпоху глобализации.....	53
Глава 7. Вкус в киберпространстве: даже вю кэмп или нон-финито «нет арта».....	61
<b>Литература.....</b>	<b>72</b>
<b>Содержание.....</b>	<b>78</b>

*Нашим родителям  
Пирожковым и Климовым  
посвящается*

## **Введение**

Авторы книги поставили целью обобщить и адаптировать теоретические и прикладные исследования феномена эстетического вкуса и сделали попытку распространения его продуктивных возможностей на личностно-ментальном, социально-культурном и профессиональном уровнях. Актуальность обращения к данной проблематике обусловлена отсутствием за последние 40 лет серьезных исследований по вкусу (А. Молчанова, 1963). Кроме того, отечественная философская наука либо привычно рассматривает вкус в структуре элементов эстетического сознания с точки зрения устоявшихся конвенциональных понятий, либо вообще отрицает его наличие и перспективу в полипарадигмальных системах культуры XXI века (В. Бычков «Эстетика», 2002). Данное издание задумано как некий проект осмысления эстетического вкуса и экстраполяция его положений на самую широкую аудиторию. Методологической «изюминкой» исследования является принцип его построения: «от теоретического к прикладному». После краткого очерка истории эстетических идей, связанных со вкусом, теоретический потенциал текста будет постепенно ослабевать: от смыслового разведения понятий «эстетическое/художественное» в отношении вкуса; рассмотрения его в структуре категорий эстетического сознания; выявления его специфики в оппозиции «природное/социальное» к рассмотрению его продуктивных возможностей в архитектурных искусствах и различных видах профессионального творчества. Научно-популярный характер издания обеспечивается таким структурированием и адаптацией теоретического материала, которые позволяют затем включать нестрогие рассуждения о смысле популярных мифологем и трюизмов, типа:

«О вкусах не спорят», «На вкус, на цвет...», которые, тем не менее, парадоксально популярны как на бытовом, так и на профессионально-творческом уровнях. Кроме того, вкус является основным смыслом и содержанием композиционной подготовки специалистов архитектурных искусств, а также оценочным критерием организации внутреннего мира человека и паттернов традиционной и актуальной художественной культуры. Завершается книга особенностями функционирования вкуса в условиях нарастания процессов глобализации, информатизации, виртуализации современного общества, также имеющих свое влияние на развитие и состояние художественно-эстетической и профессиональной культуры.

*DE GUSTIBUS NON (EST) DISPUTANDUM (лат.)*

*– о вкусах не спорят.*

*Ничто так не враждебно точности суждения,  
как недостаточное различение.*

*Э. Берк*

## **Раздел 1. ФЕНОМЕН ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВКУСА**

### **Глава 1. История возникновения и эволюция категории «эстетический вкус»**

Первые суждения об эстетическом вкусе появились в эстетике античного Рима. В частности, рассуждения на эту тему можно найти в работах Горация, Цицерона и Петрония. Однако до середины XVII века вопрос вкуса не вызывал значительного исследовательского интереса. Ситуация радикально изменилась на рубеже XVII и XVIII веков, когда это понятие сделало настоящую карьеру, став в результате одной из важнейших категорий эстетики XVIII века. Некоторые исследователи вопроса (например, немецкий автор Ф. Шуммер и польский эстетик С. Пазура [113]) склонны даже всю эстетику этого, исключительно важного в истории дисциплины периода называть «теорией кой эстетического вкуса». Действительно, трудно найти в XVIII веке видного эстетика Франции, Англии и Германии, который игнорировал бы вопрос эстетического вкуса. По мнению большинства эстетиков XVIII века вопрос вкуса - это не только интересная и важная теоретическая проблема, но проблема, решение которой имеет практические последствия для культуры тогдашнего общества.

Общекультурное и даже антропологическое значение вопроса хорошего вкуса подчеркивалось особенно в XVII и начале XVIII века. Тогда считалось, что по-настоящему культурный человек должен кроме разума и образования отличаться безупречным вкусом. Ибо вкус - это такая особая способность сознания, благодаря которой человек может высказывать верные оценки и принимать правильные решения, и где никакое образование не в состоянии компенсировать отсутствия вкуса. Такие идеи и мотивы можно найти, между прочим, в очень популярной в XVII веке книге испанского писателя и

философа Бальтасара Грасиана «Настольный предсказатель» (1647). Книга Грасиана вовсе не была эстетическим трактатом. Автор в соответствии с духом времени приписывал вкусу общекультурное значение, считая его важным признаком и обязательным условием культурного совершенства. Грасиан отличал вкус от разума и образования и подчеркивал факт изменчивости вкуса. В XVIII веке во многом сходные взгляды в Англии высказывал Шефтсбери, который тоже понимал вкус широко и считал хороший вкус неотъемлемым признаком и привилегией настоящего джентльмена.

Идеалы хорошего вкуса были особенно популярны в культуре придворных и аристократических салонов Франции XVII века. Некоторые историки культуры склонны целую господствующую культуру этого периода, называть «культурой хорошего вкуса» [113]. Уже во второй половине XVII века эта аристократическая и первоначально придворная «культура хорошего вкуса» была ассимилирована верхушкой тогдашнего мещанства. Это расширение «культуры хорошего вкуса» связано было с повышением культуры третьего сословия и количественным, и качественным развитием публики. Процесс ассимиляции «культуры хорошего вкуса» верхушкой буржуазии привел впоследствии к существенному изменению ее внутренней структуры. В салонно-придворной культуре главной сферой влияния хорошего вкуса была светская жизнь и нравственность, передовое мещанство же привело к развитию художественной компоненты хорошего вкуса. Вкус стал, прежде всего, способностью воспринимать и оценивать произведения литературы и искусства. Эти существенные изменения в культурной жизни общества создали основу для «карьеры» эстетического вкуса в теоретических рассуждениях философов и теоретиков искусства в XVIII веке.

Как уже было сказано, категория вкуса становится предметом философского исследования и анализа со второй половины XVII века. Постоянный интерес и интенсивные дискуссии на эту тему продолжались около 150 лет. Теоретические споры, посвященные вкусу, начались во Франции, но в дальнейшем вызвали также серьезный интерес виднейших философов Англии и Германии.

Дискуссии концентрировались вокруг четырех групп проблем:

1. Прежде всего, теоретики пытались дать характеристику

психологической природы вкуса и предложить определение этого понятия.

2. В связи с индивидуальным разнообразием вкусов и их исторической изменчивостью предпринимались попытки обоснования суждения вкуса, поиски объективной нормы или логики вкуса.

3. С самого начала теоретический интерес возбуждал вопрос о роли эстетического вкуса в процессе художественного творчества. В конце XVIII века проблема эта превратилась в спор о взаимоотношениях вкуса и гения в художественном творчестве. По - существу, это была первая попытка разделения эстетического и художественного в культуре.

4. Не менее существенным был вопрос места и роли вкуса в духовной культуре личности и общества.

В споре о природе вкуса доминировали две основные концепции, одну из которых называют обычно рационалистической, а другую - сенсуалистической или иррационалистической. Во Франции в XVII веке доминировали иррационалистические попытки определения «вкуса» при помощи таких понятий как чувство (*sentiment*) или инстинкт (Ларошфуко).

В начале XVIII века наиболее ярким представителем иррационалистической концепции вкуса был Ж. Б. Дюбо, который в изданной в 1719 году книге «Критические размышления о поэзии и живописи» считал вкус чем-то вроде специфического, внутреннего (ибо оно лишено специальных органов) «шестого» эстетического чувства, параллельного внешним чувствам, таким как зрение и слух. Это «шестое» чувство имеет, по мнению Дюбо, врожденный и всеобщий характер.

В дальнейшем, однако, во Франции стали доминировать рационалистические концепции вкуса, которые определяли его при помощи категории разума (*vaison*).

Виднейшим представителем рационалистической концепции вкуса обычно считается Дидро. Существовали также попытки синтеза обеих концепций и поиски компромиссного решения (например, у Вольтера). Хотя поиски разумных норм и правил вкуса были в большей мере свойственны сторонникам рационалистических концепций вкуса, но даже радикальные иррационалисты, такие как Дюбо, высказывали тезис о универсальном единстве человеческой природы, гарантирующей



некоторое постоянство эстетических склонностей, пристрастий и оценок.

Все французские теоретики вкуса придавали большое значение вкусу в развитии общей культуры личности и общества. Большинство их считало хороший вкус важным признаком одаренности художника и необходимым условием его творческих успехов. Проблема противоположности вкуса и гения французскими теоретиками вовсе не поднимается. Проблема эта стала актуальной только для французских романтиков в начале XIX века. Только тогда некоторые из них, как, например, мадам де Сталь приходят к выводу (в значительной мере под влиянием немецкой романтической эстетики), что для художника гений важнее, нежели самый хороший вкус, ибо хороший вкус не в состоянии заменить таланта.

Многие историки эстетики подчеркивают особое значение вклада английской психологической эстетики в развитие теории вкуса. Английских теоретиков вкуса объединяет, прежде всего, сенсуалистически-эмпирический методологический подход, но взгляды отдельных представителей английской эстетической мысли существенно отличаются. Эволюцию их концепций можно, как нам кажется, представить в очень сжатом виде, излагая взгляды таких видных представителей английской эстетической мысли как А. Э. К. Шефтсбери (1671-1713), Ф. Хатчесон (1694-1746), Д. Юм (1711-1770) и Эдмунд Берк (1729-1797). Хронологический порядок представления их концепций совпадает в значительной степени с логикой их развития и обогащения. Шефтсбери в своей работе «Характеристики людей, нравов, мнений и эпох» (1711) придает вкусу достаточно широкий смысл. По его мнению, вкус - это особая способность человека, которая может функционировать как моральное чувство для высказывания суждений о поведении человека или как чувство красоты (sense of beauty) при высказывании суждений о предметах красивых и безобразных.

В отличие от Шефтсбери, который считал, что существует одно чувство, выполняющее разные функции, Хатчесон полагал, что существуют разные чувства, такие как чувство морали (moral sense), чувство красоты (sense of beauty), чувство величия и великолепия (sense of

grandeur), и каждое из них выполняет только одну свойственную ему функцию. Чувство красоты он понимал, подобно Дюбо, как внутреннее чувство, благодаря которому мы получаем непосредственное осознание красоты так же, как благодаря внешнему вкусу получаем непосредственное ощущение сладости, горечи или солёности. Кроме того, очень важно утверждение, что чувство красоты генетически связано с внешними чувствами, но не может быть к ним сведено, ибо существуют люди, отличающиеся прекрасным зрением или слухом, но не способные получить никакого удовольствия от восприятия литературы или музыки.

Самой значительной работой Юма в области эстетики является его известное философское эссе «О норме вкуса» (1757). В этой работе он утверждает, что вкус является человеческой способностью, аналогичной органам зрения или слуха, ввиду чего суждения вкуса имеют эмпирические основания. Поэтому исследования в области вкуса могут или должны иметь эмпирический характер. Рассматривая скептическое мнение, что о вкусах не спорят, Юм вовсе не принимает этого положения (которое утверждается у нас даже в энциклопедических статьях), он доказывает, что принятие этой формулы ведет к абсурдным последствиям, и что ее нужно отбросить. Спор о вкусах в области искусства вовсе не лишен смысла. Разнообразие вкусов и суждений вкуса является фактом, но вовсе не является достаточным основанием для скептицизма в этой области. Разнообразие суждений вкуса является результатом того, что разные произведения искусства воздействуют на разные темпераменты в разных контекстах и обстоятельствах.

Возможно согласие между людьми о хорошем вкусе, что позволяет полагать, что существуют какие-то нормы, правила вкуса. Источником этих правил вкуса является некоторое постоянство и универсальные черты в человеческой природе.

Но только Эдмунду Берку удалось отбросить концепцию вкуса как таинственного врожденного внутреннего «шестого» чувства. В своей работе «Философское исследование о происхождении наших идей возвышенного и прекрасного» (1757) он считает, что способность вкуса, благодаря которой мы воспринимаем и наслаждаемся всем прекрасным

или возвышенным в природе и в искусстве, не является особым чувством. Это сложный синтетический результат активности наших чувств: интеллекта и воображения. Берк, как и его предшественники, считал, что при всем разнообразии вкусов должны существовать нормы вкуса общие для всех людей в таком же смысле, как нормы разума.

В рационалистической традиции понимание вкуса акцентирует непосредственную достоверность суждения, в каких-то моментах вкус сближается со здравым смыслом. Наиболее ярко эта линия представлена в немецком Просвещении, в определенном смысле легла в основу системы кантовской эстетики, позволила эстетической теории сделать громадный шаг вперед по осмыслению сущности природы искусства.

В немецком Просвещении исследование оснований мыслительной деятельности, попытки найти критерии и способы обсуждения человеческой духовности и выйти на рациональные основания различных форм жизнедеятельности, вращались вокруг проблемы общего чувства, общего смысла, неких общих структурных оснований в духовной структуре человека, на основе которых и возможна общность мнений, единство опыта человечества как опыта рода. Вкус обозначает готовность человека к восприятию и пониманию человеческих ценностей окружающей культурной среды. В начале XVIII века Кёниг писал, что вкус является готовностью рассудка к восприятию истины, добра и красоты. В отличие от рассудка как аналитической способности, вкус рассматривался как синтетическая способность души, духовно продуктивная в лучшем смысле этого слова. Кёниг писал, что «вкус» является объединенной силой (*zusammengesetzte Kraft*) ощущения и суждения [112]. Через вкус заявляла о себе культура человека, раскрывался его духовный потенциал. Для мыслителей этого времени вкус фокусировал в себе совершенство, силу и красоту духовной устремленности человека. Понятие «вкуса» входит во все определения разумного, духовно ориентированного существования индивида. Вкус - индикатор добра и зла, пошлости и изящества, подлинного и мнимого, благородного и низкого. Согласно Геллерту, вкус является «внутренним чувством души, с помощью которого она без умозаключений убеждается

в истинности или ложности предмета» [112]. Вкус означает меру человеческого в человеке, степень его освобождения от естественных, природных зависимостей, от грубости чувственной жизни.

В эстетике Баумгартена понятие «вкуса» становится центральным. Так, он мыслит красоту как «совершенство явления». Постигнуть её может только вкус - наиболее совершенная и универсальная способность человеческой души.

Среди таких способностей человеческой души, как разум, нравственное чувство, вкус, последний представляет интегративно все потенциалы внутреннего мира человека. Когда понятие «вкус» входит в поле эстетики Канта, оно несет с собой это значение совершенной способности души. В кантовской эстетике понятие «вкуса» раскрывает общественный характер искусства, поскольку изначально несет в себе характеристику «культурности» человека, его общественно-исторического качества. Именно в немецкой традиции, как отмечают её исследователи, отчетливее было представлено, что вкус не является чем-то личным, индивидуально-субъективным, но является феноменом общественным [23]. А это, в свою очередь, вело к представлениям о том, что красота не является природным свойством предметов и вещей, а определяется системой взаимоотношений с человеком, способом вовлеченности в его жизненную среду. В этом смысле произошла субъективизация эстетических представлений, вызванная переходом от рассмотрения эстетических свойств предмета к рассмотрению самой способности. Когда Кант пишет, что «красота безотносительно к чувству субъекта сама по себе ничто» [39], он «чувство субъекта» берет не в индивидуально-личном плане, а как общее чувство, присущее человеку как представителю человеческого рода, как чувство в своей сущности общественное. Это чувство только по своей внешней форме индивидуально, а по своему характеру оно выражает состояние культуры, оно обусловлено общественным целым. Человеку нравится то, что соответствует его общественно-исторической, культурной сущности, что соразмерно культуре его души. Для Канта вкус означает переход от варварского состояния к культурному, связан с достижением цивилизации.

Для Канта вкус является действительно общественным чувством. В изоляции, на пустынном острове человек не стал бы украшать свой дом [39]. Во вкусе выражается то, что делает человека человеком: культура способностей души [39]. Для Канта вкус - понятие не столько гносеологическое, сколько культурологическое, выражающее факт культурной обусловленности эстетического сознания. Кантовский человек не *tabula rasa*, целиком подвластный эмпирическому опыту, а культурное «априори» - сущность, обусловленная предшествующей культурной традицией, итог свободного развития.

В предметности произведения искусства труднее увидеть культурную сущность, чем в эстетической способности души. Этим во многом объясняется, почему вкус стал центральной категорией кантовской эстетики. «Аналитика прекрасного» вся направлена на то, чтобы продемонстрировать, что прекрасное не является естественно-природной характеристикой вещного мира, а его основания заложены в развитии человека через свободу. Правда, для Канта вкус только антропологическая черта, характеризующая состояние цивилизации. Развитие вкуса в прошлом, заключалось в преодолении варварских предпосылок существования. Достигнув определенного уровня, вкус стабилизируется, так как обретена культура способностей души. Для Канта вполне характерны такие обозначения как «идеальный вкус», «хороший вкус», содержащие абсолютно целостное отношение, высшее достижение культурного развития. Вкус - явление уникальное еще и в том смысле, что объединяет в себе природный и духовный аспект человеческого существования, знаменует гармонию чувственного и рассудочного, представляется образцом внутренней целостности. Кантовская эстетика систематизировала опыт вкуса как опыт самосознания эстетического ощущения, в ней отразились исторически определенное состояние эстетического сознания, знающего себя как достоверность внутреннего опыта.

Начиная с кантовской эстетики понятие «вкуса» теряет свое ключевое значение и уступает место новым критериям эстетического суждения. Вкус выполнил свою историческую функцию рефлексии

эстетического чувства, и на этом его концептуально-методологическая миссия была закончена. Это очень точно почувствовал Гегель. Новые реалии эстетического сознания не укладывались в понятие вкуса, он исчерпал свой познавательный потенциал и уже не мог быть оценен с точки зрения его объективного места в духовной культуре человека. Развитие духовного мира оставило позади вкус. Согласно Гегелю, «действительная глубина предмета оставалась для вкуса книгой за семью печатями, ибо такая глубина нуждается не только в способности восприятия прекрасного и в абстрактных размышлениях, но и в полноте разума и силе духа» [24]. Если для эпохи Просвещения и Канта вкус олицетворял наивысшие достижения духовного развития человека, то совсем по-иному он видится романтикам и Гегелю. Вкус охватывает очевидное и в этом смысле не предполагает работы ума, рефлексии. Вкус статичен, так как цель мыслится в нем достигнутой. Постепенно складывается впечатление, что вкус несет в себе главным образом момент субъективности, что он консервативен, что связанное с ним скучно, однообразно, мелко. Область великих духовных открытий, предельного напряжения ума и души чужда вкусу: «... там, где перед нами открываются великие страсти и движения глубокой души, речь уже не идет о тонких различиях вкуса и его мелочной возне с деталями» [24]. Вкус уступает место гению – субъекту художественного творчества.

Если вкус - законодатель в мире гармонии, благодушия, успокоенности, когда достигнуто совершенное состояние, то стихия гения - мир мятущейся мысли, истина как непрерывный процесс становления, незавершенность движения духа, устремленность ввысь и вглубь, сама духовность, объективированная в формах человеческой жизнедеятельности. Понятие вкуса позволило сделать первый шаг в сторону осознания общественно-исторической сущности прекрасного и природы искусства как такового. Однако оно оказалось исторически ограниченным рамками представлений о достоверности очевидности, если она рождается в душе культурно совершенного человека. Та художественная и эстетическая деятельность, которая предстала перед Гегелем, та реальная структура человеческого сознания, которую он мог

наблюдать, была гораздо сложнее, чем это предполагала кантовская эстетика. Понятие вкуса исходило из непосредственности и очевидности духовности, что уже никак не могло удовлетворить Гегеля с его учением об опосредованности всякой мыслительной деятельности, всякого значения, всякого представления. Момент вкуса оказался снятым в историческом становлении самосознющей духовности. Однако и понятие гениальности, сыгравшее такую роль в эстетике романтизма, в эстетике Гегеля не становится центральным. С ним у Гегеля связана стихия индивидуальной непосредственности, природность и естественность выражения. Общеизвестность красоты не может быть обусловлена в области чувства, она возможна как результат духа, опредмеченного в художественном произведении. Вкус - всего лишь «внутренний оракул чувства», не играющий положительной роли в становлении самосознания, в переходе от стихии природной непосредственности, чувственного удовольствия и непосредственной достоверности к самосознющей рефлексии.

Уже в эстетике Канта наметилась оппозиция двух понятий - вкуса и гения. Для Канта понятие вкуса стояло выше понятия гения, и это вытекало из того, что только изящные искусства являются творением гения, что понятие гения не распространяется на всю область прекрасного.

Вкус выступает здесь как нечто основательное, способное упорядочить и дисциплинировать творчество гения. Вкус олицетворяет постоянство природы, гений - непостоянство и изменчивость духовного поиска. Кант рассматривает гения не как силу свободной субъективности, а как избранника природы, через которого она законодательствует в области изящных искусств. Высшим ориентиром для творца остается красота природы.

Последователи Канта, и в первую очередь Шиллер, сменили точку зрения вкуса на точку зрения искусства, что привело к коренному изменению взаимоотношений понятий вкуса и гения. На первый план выдвигается продукт художественного творчества - художественное произведение. За вкусом все больше закрепляется значение силы, отвергающей все оригинальное, непривычное, необычное, не признающей новых достижений в области искусства. В свете восходящей популярности

понятия гения, характерной для XVIII века, кантовская идеализация вкуса в рамках его трансцендентальной теории казалось старомодной [23]. Правда, сам Кант выдвинул идею совершенного вкуса, которая по своему содержанию близка понятию гения, однако, он соотносил ее не с искусством, а с областью природной красоты.

Кантовское понятие вкуса страдало тем, что в нем не нашло отражения представление об объективной изменчивости вкусов. Вкус рассматривается как константа, как приобретенная черта природы человека. Ни историчность представлений о красоте, ни историчность природы человека, ни формирование самой духовности человека не нашли отражения в понятии вкуса. В дальнейшем оно не смогло стать универсальным эстетическим понятием, каким оно стало для XIX века понятие гения. Последнее вывело эстетическую теорию в область искусства и способствовало ее обоснованию в качестве философии искусства. Точка зрения гения как точка зрения духа лежала в основе всей классической немецкой философии, отодвинув на второй план точку зрения чувства - вкус.

Из сказанного выше, однако, не следует, что в индивидуально-личном плане вкус стал явлением ненужным. В структуре личности и ее отношении к искусству вкус по-прежнему занимает определенное место. Однако в свете исторической логики его вхождения в эстетическую теорию нам известны положительные и отрицательные возможности его применения. Вкусу присущи все достоинства и все недостатки чувственной достоверности, поэтому его суждения должны находиться под постоянным контролем эстетической рефлексии, снимающей моменты субъективности.

Однако нередко вкус как естественная способность восприятия искусства противопоставляется эстетическому сознанию как носителю идеологии времени, социальных норм восприятия, стандартных представлений о красоте. Как правило, к вкусу обращаются индивидуалистические концепции конца XIX - начала XX веков. Согласно Ницше, нужно иметь мужество, чтобы любить в искусстве то, что действительно нравится, нужно иметь личный, естественный вкус,



выражающий ощущение физического естества индивида. Вокруг царит ложный вкус, извращенный культурными представлениями и необходимо вернуть ему естественность, непосредственность, спонтанность. Вкус выступает как нечто наиболее естественное, как сама природа человека.

В работах классиков марксизма вкус рассматривается как общественно-историческое, социальное явление, как момент развития общественно-исторической практики. Вкус является чувством общественного человека - у дикаря его нет. Вкус как чувство общественного человека формируется в процессе человеческой деятельности, в ходе опредмечивания человеческих сущностных сил, в процессе осознания общественной природы продукта деятельности. Когда предмет для человека становится общественным предметом, сам он становится для себя «общественным существом» [68]. Вкус - одно из тех явлений, в котором общественный его характер стал угадываться еще представителями классической немецкой философии, хотя осознание этого произошло только в работах классиков марксизма.

Классики марксизма раскрыли социально-классовый, характер вкуса. Они писали о «буржуазном вкусе», претерпевающим самые неожиданные метаморфозы, зависящие от экономических интересов. Раскрывая процесс отчуждения духовной сущности человека в буржуазном обществе, Маркс и Энгельс разоблачали воцарившуюся безвкусицу, распад духовно-возвышенных оснований вкуса и господство пошлости во многих требованиях к искусству. Марксистский историзм в подходе к вкусу заключается в том, что он рассматривается как конкретно-историческое явление, обусловленное социальным развитием общества, дифференцированное в рамках одного общества из-за неоднородности его классовой структуры. Вкус детерминирован социально-классовым положением человека.

Силой, извращающей вкус, являются деньги. Они «представляют собой всеобщее смещение..., мир наизуворот, перетасовку и подмену всех природных и человеческих качеств» [68]. Под воздействием денег красота превращается в пошлость, «верность в измену», «ум в глупость». Вкус оказывается во власти социального заказа.

**Резюме.** Содержание эстетического вкуса исторически детерминировано. Оно подвергалось различным толкованиям и трактовкам в силу идеологических, политических, религиозных и других целей, либо в нём находили отражение доминирующие теоретические концепции своего времени. Итак - эстетический вкус - категория изменчивая. Кроме того, что очень важно, историческая интерпретация вкуса позволяет рассмотреть развитие культуры общества через призму эстетического вкуса. Наши современные представления об эстетическом вкусе (от личностно-ментальных, практико-ориентированных или теоретических) так или иначе включают всю палитру смыслов и значений указанных воззрений.

## **Глава 2.**

### **Анализ современных трактовок категории «эстетический вкус»**

В наше время понятие вкуса в значительной мере утратило всеобщее категориальное значение в философской теории, хотя и осталось в рабочем словаре эстетиков. Понятие это появляется очень часто в педагогической теории, что естественно в работах, посвященных эстетическому воспитанию. Понятием этим также пользуются авторы работ, посвященных философии художественной критики, теории эстетического суждения и теории восприятия и художественного произведения. Рассуждения, посвященные вопросам вкуса, можно найти в работах социологов культуры, исследующих проблемы соотношения массовой и элитарной культур или механизмы влияния на культурные потребности и предпочтения общества.

Поэтому стоит отметить, что для некоторых современных эстетиков и философов культуры вопрос вкуса кажется исключительно важным, а основные рабочие понятия вкуса имеют, в сущности, концептуальный характер.

Примером могут быть представители таких разных философских мировоззрений и методологических подходов, как итальянский марксист Антонио Банфи, один из основоположников герменевтики Х. Г. Гадамер и видный представитель аналитической эстетики Френк Сиблей. Гадамер, например, считает, что «вкус» является одним из важнейших гуманистических понятий, наряду с «образованием», «здравым смыслом» и «способностью суждения» [23]. Гадамер определяет вкус как «духовную

способность к различению» [23]. Хороший вкус, который отличается гибкостью и чувством меры, важен не только в области искусства, но также в области нравов и приличий. В работах Гадамера приводятся интересные примеры анализа соотношения вкуса и моды.

Английский эстетик Сиблей, по сравнению с Гадамером, ограничивает свой интерес к эстетическому вкусу, но и для него он является одной из основных категорий эстетики. Философ считает, что, пользуясь этой категорией, мы в состоянии отличить эстетическое от неэстетического. По его мнению, мы пользуемся вкусом только тогда, когда воспринимаем вещь эстетически. Вкус является необходимым условием и существенным фактором эстетического переживания. Когда мы воспринимаем картину, мы, по мнению Сиблея, замечаем два основных вида свойств: обыкновенные - неэстетические и эстетические. Первые – информативные, такие как, размер картины, отдельные краски или вид представленных предметов, доступны обычному восприятию, восприятию человека, не лишенного нормального зрения и интеллекта. Но другие качества картины, - живость и интенсивность красок, динамичность контрастов, трогательность и сентиментальность и т.п. - доступны восприятию только тех людей, которые отличаются эстетическим вкусом.

Эстетическому восприятию, возможному благодаря вкусу, свойственна непосредственность. Если у человека есть эстетический вкус, он может воспринимать эстетические качества непосредственно, вне всякого анализа и рефлексии. По мнению Сиблея, вкус заключается в способности замечать определенные качества вещей. Это особый вид восприятия, чувствительности и проницательности [114]. Вкус, как считает автор, имеет чувственный, интеллектуальный характер и сводится к способности непосредственно различать и замечать эстетические качества предметов.

Большинство теоретиков вкуса считает, что в деятельности вкуса можно выделить три основных компонента: фиксация (обращение внимания), вчувствование и оценка. В результате неотъемлемым и существенным аспектом суждений вкуса является его оценочный, аксиологический характер. Сиблей же сводит активность вкуса к восприятию и элиминирует из эстетических суждений элемент оценки.

Предложенное Сиблеем понимание вкуса и связанная с ним концепция различения эстетических и неэстетических качеств, породила серьёзные дискуссии в современной англо-американской эстетике [104], [105]. Верных последователей у Сиблея не нашлось. Сомнения и критические замечания вызывал, прежде всего, основной тезис о существовании вкуса как специфической (по отношению к органам чувств и разуму) таинственной способности, делающей возможным эстетическое восприятие действительности. Критики возражали против утверждения Сиблея, что суждения вкуса лишены интеллектуальных и аксиологических (оценочных) аспектов.

Содержательное определение эстетического вкуса является сложной и трудной задачей по нескольким причинам.

1. Понятие «вкус» не является однозначным. Под ним понимается либо специфическая способность восприятия субъектом эстетического объекта, либо его предпочтения в этой сфере. Чаще всего под эстетическим вкусом понимается специфическая способность личности, а именно: «способность воспринимать красоту» или, более точно, способность различать, воспринимать, переживать и оценивать эстетические качества действительности. Однако, мы абсолютно обоснованно можем употребить понятие «вкус» и в другом смысле, например, в довольно популярной формуле: «это - дело вкуса». Тогда этому понятию приписывается родственное (но не тождественное) значение, то есть вкус понимается как предпочтение. Некоторые авторы склонны «эстетические вкусы» относить к «системе эстетических предпочтений и ориентации» [12].

2. Эстетический вкус как способность воспринимать и оценивать эстетические ценности имеет, прежде всего, личностный характер. Это один из существенных аспектов эстетической культуры личности, наряду с эстетическими потребностями, чувствами, предпочтениями, установками, взглядами, идеалами.

3. Эстетические предпочтения же являются элементом не только эстетической культуры личности, но и элементом эстетического сознания (наряду с эстетическими взглядами, потребностями, идеологией, восприятием, суждениями и ценностями) общества или какой-то общественной группы.

В структуре эстетической культуры личности явлениями, наиболее близкими эстетическому вкусу, являются, по нашему мнению, эстетическая установка и эстетический идеал. Эстетическая установка является *готовностью*, предрасположением субъекта к восприятию и оценке эстетических явлений, эстетический вкус же есть *способность* к восприятию и оценке эстетических явлений. Эстетический идеал, будучи, подобно эстетическому вкусу, обобщением прежнего эстетического опыта, имеет аксиологический и нормативный характер, ибо является образом желаемой и должной эстетической ценности. Эстетический вкус, понимаемый как предпочтение, предопределяет, в первую очередь, выбор типа (вида) эстетической ценности, предопределяет, как мы будем реагировать на разные типы эстетических ценностей, в какой степени мы будем наслаждаться ими и как высоко ценить. Эстетический вкус имеет в большей степени личностный, субъективный характер, эстетический же идеал носит более общественный, следовательно, в значительной степени интерсубъективный характер.

Интересное сравнение эстетического вкуса и эстетического идеала дано в книге «Природа эстетических модификаций» А. Ф. Еремеева. Автор считает, что эстетический вкус и эстетический идеал объединяет, прежде всего, общая функция, ибо «служат они мерилom эстетической ценности, через них осуществляется связь потребностей (...) с теми продуктами социальной жизни, которые приобретают эстетическую значимость» [31]. Но ни вкус, ни идеал не должны трактоваться как основание «сиюминутной эстетической оценки», ибо являются результатом «усвоения индивидом или социальной группой предшествующего эстетического опыта, приобщения людей и малых общественных групп к критериям, выработанным обществом или другими большими общественными группами (например, нация или класс)» [31]. Различия между идеалом и вкусом, по мнению А. Ф. Еремеева, сводятся к следующему: идеал связан с разумом и потому является «всегда осознанным осмысленным подходом к эстетической ценности», его критерии определены и суждения рационально объяснены и обоснованы. Вкус же возникает на базе чувства и поэтому не лишен неопределенности,

неосознанных и интуитивных элементов. Поэтому суждения вкуса не всегда и не до конца логически объяснимы и обоснованы. Разделяя эстетический идеал и эстетический вкус, Еремеев приходит к выводу, который не для всех является бесспорным, ибо утверждает, «что носителем эстетического идеала всегда выступает общество или то или иное его коллективное образование, вкус же личностей по своей природе, и его принадлежность к общественной группе может быть использована лишь метафорически или в собирательном смысле» [31]. Мы предполагаем, что Еремеев прав только в том случае, если понимать вкус как собственность личности и игнорировать факт, что, говоря о вкусах; часто имеем в виду эстетические предпочтения не только личного характера, но также и предпочтения, господствующие в данной общественной группе или в данной исторической эпохе. Разделение эстетического вкуса и эстетического идеала не является единственной возможностью решения этого вопроса.

Оригинальное, хотя и не бесспорное решение, предлагает Е. Яковлев, который считает, что эстетический вкус «объединяет в себе эстетическое чувство и идеал» [102].

Интересное замечание на тему о взаимоотношениях между эстетическим вкусом и эстетическим идеалом можно найти также в работах О. Лармина. И эстетический вкус, и эстетический идеал являются, по его мнению, оценочными категориями, но идеал является «главной оценочной категорией» [62]. Идеал выражает стремления большой общественной группы (например, класса, нации) и стимулирует её деятельность, вкус же имеет более частный и личностный характер. Вкусы и идеалы неразрывно связаны, ибо идеалы не существуют вне эстетических вкусов. Эстетические идеалы каждой общественной группы проявляются через многообразие эстетических вкусов отдельных представителей этой группы. В связи с этим вопросом Лармин предлагает следующую формулу: «соотношение эстетического идеала и вкусов есть единство в многообразии» [62]. Будучи существенным элементом каждого мировоззрения, эстетический идеал является «мировоззренческой категорией» [62].

Соглашаясь с тезисом, что связанный с рациональной ступенью познания эстетический идеал является мировоззренческой категорией,

можно аналогичным образом считать, что связанные с чувственной ступенью познания эстетические вкусы, являются категориями мироощущения и мирозерцания.

В целом эстетический вкус предстает как:

- элемент эстетического сознания, выступающий в качестве особого регулятора эстетического восприятия человеком мира и своей деятельности;

- средство отражения эстетических качеств предметов, явлений и процессов; воплощение эстетического отношения человека к ним в эмоциональной форме; критерий совершенства деятельности, преобразующий мир по законам красоты;

- устойчивая система симпатий и антипатий; суждение, содержащее оценку явлений, процессов и предметов (красивых-безобразных, гармоничных-дисгармоничных и др.); система предпочтений в области искусства, среды общения, предметного окружения, манеры поведения, где вкус выступает как некая норма, достойная мера;

- исторически сложившаяся способность человека к различению, пониманию и оценке явлений действительности и искусства;

- синтез логической и эмоциональной способностей оценки прекрасного и безобразного, передающих связи человека с природой и социальным миром. Единство эмоционально-рационального в эстетическом вкусе проявляется через взаимосвязь эстетического чувства и эстетического идеала (рацио). Вкус, таким образом, оказывается срединной областью эстетического сознания, испытывая влияние этих двух полюсов. В силу этого он имеет различные оттенки и характеристики в пределах заданных границ и проблемных полей определения (чувственное-рациональное, переживание-суждение, врожденное-приобретенное, природное-социальное, интуитивное-логическое).

Размытость, неопределенность, обтекаемость, множественность смыслов, вариативность формулировок и определений имеют, на наш взгляд, несколько причин. Современное определение эстетического вкуса, как и раньше, отражает доминирующее требование и цели, которые личность и общество предъявляют к нему в обозримых пределах прошлого и настоящего.

**Резюме.** Завершая разговор о современных трактовках эстетического

вкуса, следует отметить их меньшую значимость в культуре, по сравнению с историческими философскими изысканиями прошлого. Можно сказать, что в области теории вкуса перед нами «Пустующий трон». Теоретическую неразработанность проблем эстетического вкуса объясняет множественность уровней феномена эстетического вкуса; так, категории чувства лежат в области психофизиологических, искусствоведческих, семиотических знаний, а идеал - в области социальных наук. Специфика данного феномена должна учитываться и в педагогической практике эстетического воспитания при разработке психолого-педагогических условий формирования эстетического вкуса.

## **Раздел 2. ЭСТЕТИЧЕСКИЙ ВКУС КАК ПРОЕКТНАЯ КУЛЬТУРА И ТВОРЧЕСТВО**

### **Глава 3.**

#### **Вкус как условие художественного и эстетического развития личности**

Одной из целей нашей работы является раскрытие специфических форм и методов формирования эстетического вкуса, в том числе, и средствами изобразительного искусства. Вместе с тем, в ней ставится задача выявления сущности вкуса и его места в структуре художественного и эстетического развития личности. Далее предполагаются усилия по нахождению продуктивной возможности вкуса в проектно-художественной деятельности в качестве личного достояния и креативной ценности. В связи с этим, на наш взгляд, необходимо предварительное разведение таких понятий как «эстетическое» и «художественное» с целью раскрытия содержания эстетических и художественных форм воспитания, в русле которых и осуществляется развитие соответствующих вкусов. И далее, установив между этими понятиями соответствующие взаимоотношения, мы сможем определить пути и средства формирования вкуса как важнейшего условия духовного развития личности и объекта целенаправленного развития в области повседневной и проектной культуры.

Вопрос о соотношении понятий «эстетический вкус» и «художественный вкус» имеет не только теоретическое, но и практическое



значение. Здесь он связан с соотношением эстетического воспитания и художественного развития, а значит и с определением стратегии в этой области. В педагогической практике эстетическое воспитание иногда сводится к художественному или подменяется им. Поэтому, это уже не академический вопрос, а определенная деятельность, имеющая, несомненно, реальные социальные последствия. К сожалению, тенденция сводить эстетическое воспитание к воспитанию художественному довольно популярна и в теоретических исследованиях, и, что хуже, в педагогической практике [29].

Отождествлять эстетическое и художественное воспитание неправомерно, так как цели, методы и средства этих форм воспитания вовсе не одинаковы. Если сводить эстетическое воспитание к воспитанию художественному, то некоторые цели эстетического воспитания окажутся вне нашей социально-культурной и профессиональной заинтересованности, что в результате приведет к необоснованному их обеднению.

Соотношение вкуса эстетического и художественного органически связано с более фундаментальным вопросом различения эстетического и художественного сознания, эстетической и художественной культуры, эстетических и художественных ценностей. По этому вопросу в отечественной эстетике можно выделить четыре основные позиции.

1. Позиция первая сводится к отождествлению эстетического и художественного и, соответственно, эстетических и художественных ценностей, эстетической и художественной культуры и т.д. Эта точка зрения не снискала многих сторонников в современной эстетике. К приверженцам этой концепции принадлежат С.С. Гольдентрихт, М.П. Гальперин [25].

2. Противоположную точку зрения имеют сторонники полной деэстетизации искусства, которых в современной эстетике тоже не много. Концепцию полной автономии эстетического и художественного можно найти в работах Г.Н. Пospelова [82], В.Н. Рябова [86] и др. На наш взгляд, обе эти противоположные концепции не выдерживают критики. Отождествлять сферу эстетического и художественного нельзя хотя бы потому, что эстетические явления существуют и вне искусства.

Аналогично, не может быть успешной защита противоположной точки зрения. Если даже признать, что эстетические ценности свойственны не только искусству, и восприятие произведения искусства не сводится к эстетическому наслаждению, то в обоих случаях (т.е. художественной ценности и художественного восприятия) эстетический компонент играет слишком существенную роль, чтобы можно было доказать, что эстетическое и художественное не имеют ничего общего.

3. Наиболее популярной является концепция, сторонники которой утверждают, что сфера эстетического на всех уровнях и во всех звеньях (сознания, деятельности, ценности и культуры) шире сферы художественного, составляющего не просто важнейшую разновидность, но ядро эстетического. Сторонниками этого решения являются такие видные эстетики, как Ю. Боров, Е. Волкова, А. Зись, А. Егоров, Л. Столович, Е. Яковлев. Об этом могут свидетельствовать следующие их высказывания по этому поводу.

«Художественная культура (...) является составной частью эстетической культуры», - пишет Е. Волкова [20]. Это «ядро эстетической культуры» - подчеркивает А. Егоров [30]. «Ядро эстетической деятельности составляет искусство», - аналогично формулирует эту мысль Ю. Боров [12]. «Искусство - это доминанта эстетического сознания», - мнение Е. Яковлева [102]. Л. Столович же считает, что «среди разных эстетических ценностей особо важное место занимает художественная ценность - красота произведения искусства» [89].

Все эти краткие высказывания однозначно характеризуют позиции авторов как радикальных сторонников точки зрения, что художественное является локальной разновидностью эстетического. Более умеренными сторонниками этой концепции являются А. Зись и И. Лазарев в своей совместной работе «Эстетическое и художественное сознание». С одной стороны, они считают, как и цитированные авторы, что «художественное сознание есть всегда эстетическое сознание, но эстетическое сознание не всегда художественное» [34]. Но там же, справедливо протестуя против противопоставления художественного творчества и эстетической деятельности, пишут, что «художественная

деятельность есть по преимуществу деятельность эстетическая, ее наиболее совершенное выражение» [34]. Если это высказывание надо понимать так, что художественная деятельность все-таки не сводится к деятельности эстетической, это значит, что взгляды Зиса и Лазарева в этой точке близки к четвертому решению вопроса о соотношении эстетического и художественного.

4. Сторонники этой точки зрения считают, что художественные ценности не сводятся к эстетическим, что эстетические ценности не характеризуют произведения искусства исчерпывающим образом, ибо для искусства существенными являются и другие типы ценностей: нравственные, философские, политические, утилитарные и т.д. Представители этой позиции считают, что понятия «эстетическая культура» и «художественная культура» отличаются по модальности. В отличие от художественной культуры, эстетическая культура не имеет ни четких границ, ни своих социальных институтов. Эстетическая культура, также как объекты культуры «сопровождают человека во всех областях его жизни и деятельности». «В результате, - пишет М. Каган, - эстетическая культура и художественная культура перекрещиваются, друг друга поддерживают, активизируют, но представляют собой разные специфические по своей модальности культурные образования». Каган последовательно рассматривает, как перекрещиваются эстетические и художественные ценности. Художественная ценность - это целостная ценность произведения искусства. Эстетическая ценность произведения является необходимым, но не единственным элементом художественной ценности, другими составными элементами произведения являются познавательные, нравственные, политические и религиозные ценности [38].

Родственные, хотя и не идентичные взгляды по этому вопросу высказывает также А.Ф. Еремеев. Аналогично Кагану, он считает, что «эстетическое и художественное могут существовать как изолированно друг от друга, так и образуя пограничную зону» [32]. Но Еремеев не считает, что предложенная Каганом концепция перекрещивания эстетического и художественного и существования общей зоны эстетического является адекватной характеристикой их соотношения. По

мнению А.Ф. Еремеева, эстетическое и художественное образуют пограничную зону, разнообразящуюся в зависимости от их конкретного качественного проявления, но они не утрачивают своей специфики и не приводят к возникновению чего-то третьего [32].

На наш взгляд, трактовать различия эстетического и художественного в плане «уже – шире» нельзя, так как, если эстетическое может существовать за пределами искусства и имеет более широкий спектр своих объектов, то в свою очередь, в искусстве есть и внеэстетические моменты, что тоже делает его шире эстетического. «Эстетическое» может быть только отношением, окрашивающим любой вид деятельности. Искусство само по себе не является только эстетическим феноменом. Художественное воздействие может не совпадать с воздействием эстетическим. «Художественное» может быть составной частью «эстетического» не в какой-то особой эстетической деятельности, а во всем многообразии социальной деятельности, пронизанной эстетическими отношениями. «Эстетическое» вбирает в себя «художественное» постольку, поскольку последнее оказывает воздействие на формирование эстетического сознания, в частности эстетического вкуса.

Решение фундаментального вопроса соотношения эстетических и художественных ценностей не входит в круг задач, разрешению которых посвящена наша работа. Мы ставим себе более скромную задачу - решение частного вопроса о соотношении понятий «эстетический вкус» и «художественный вкус».

По поводу смыслового разделения обоих феноменов в отечественной эстетике нет такого большого разнообразия точек зрения. В сущности, здесь можно выделить две основные позиции. Первую занимают те авторы, которые рассматривают понятия «эстетический вкус» и «художественный вкус» как синонимы, например, Лармин, Лукшин, Разумный, Скатерщиков и др. [62], [65], [83], [88]. Вторая позиция свойственна тем теоретикам, которые считают не только возможным, но и необходимым различать эти понятия. Мы разделяем вторую точку зрения. Чтобы заметить нетождественность художественного и эстетического вкуса, достаточно опираться на собственный педагогический опыт и повседневные наблюдения.

Художественный вкус можно предварительно определить по аналогии со вкусом вообще и эстетическим вкусом, в частности. Можно считать, что художественный вкус - это способность замечать (различать), воспринимать и оценивать ценности, свойственные искусству и основные для него. Художественная ценность произведения искусства - это такие его качества, благодаря которым мы ценим это произведение именно как произведение данного вида искусства. Фактически художественные ценности разных областей искусства отличаются друг от друга, будучи литературными, музыкальными, живописными, архитектурными и т.п. ценностями. Для их освоения нужны неодинаковые способности. Практика восприятия и оценки произведений разных видов искусства показывает, что из факта наличия у кого-либо литературного вкуса (т.е. способности воспринимать и оценивать литературные ценности) вовсе не вытекает, что та же личность обладает развитым музыкальным или живописным вкусом. Наличие и развитость вкуса в данной области искусства является всегда следствием, с одной стороны, задатков и способностей человека, с другой - результатом опыта личного общения с произведениями данной области искусства. В результате, человек, отличающийся прекрасным литературным вкусом, может иметь неразвитый или плохой музыкальный вкус и наоборот. Сказанное может быть отнесено как к субъекту художественного творчества, так и к субъекту восприятия.

Также не менее редки случаи несовпадения художественного и эстетического вкусов. Можно, например, иметь развитый или даже изощренный литературный или музыкальный вкус (разновидности художественного вкуса) и одновременно быть лишенным способности эмоционально воспринимать красоту природы, не иметь хорошего эстетического вкуса (чувства меры) в быту. И наоборот - можно иметь прекрасный эстетический вкус в повседневной жизни (умение одеваться, искусство макияжа, организация ближайшей среды), и быть полностью лишенным не только поэтического, либо музыкального вкуса, но даже не иметь потребности общения с этими формами искусства.

Художественное образование, прежде всего, понимается как сфера подготовки профессиональных кадров искусства. В более широком плане

под художественным образованием понимается определенная культура, включающая в себя специфические знания художественного языка, видов искусства, ценностных критериев, традиций и истории. В то время как в эстетическом воспитании опыт закреплён только во вкусах и взглядах, искусство имеет в виду реальный опыт восприятия, определенные навыки, умение перейти от традиционного к необычайному, развитие фантазии, ассоциаций. Художественное не воспринимается буквально, оно достраивается, реальная действительность здесь преобразуется. Оно активно, способно к сотворчеству, сопереживанию. И в этом плане художественное образование - это воспитание способности к со-бытию (М.М. Бахтин). Таким образом, художественное образование помимо профессионального имеет направленность на потенциального «потребителя» искусств. Здесь оно составляет содержание художественного воспитания зрителя, читателя, слушателя. Его цель – формирование эмоциональной отзывчивости в рамках духовной культуры каждого. Воспитание ликвидирует бессистемность процесса восприятия, упорядочивает его, учит находить в произведении структуру, замечать согласованность элементов, создающих целостное впечатление. И, наконец, высший уровень художественного образования позволяет проникать за пределы зримого материального слоя произведения в его незримую сущность, в подтекст, в бесконечность ассоциаций и собственных интерпретаций, составляя герменевтический уровень творческого субъекта художественной культуры. И, как мы видим, эстетическое и художественное могут существовать как изолированно друг от друга, так и, образуя «пограничные зоны» и представляют собой виды проявления активности субъекта по отношению к миру, вызванной специфическими социальными потребностями.

Эстетическое воспитание - процесс направленного воздействия на сознание и духовный мир личности, на формирование высшей человеческой чувственности, без которой нет ни познания, ни понимания истины красоты и добра [23]. Эстетическое восприятие, эмоция, чувство, вкус, ценность, суждение, идеал, теория - все это не только специфическая иерархия форм эстетического сознания, но также цель и содержание

эстетического воспитания, определяющие методы, средства, этапы психолого-педагогического воздействия и критерии его оценки.

Неизбежна трансформация и подвижность системы эстетического воспитания под влиянием экономических и социально-культурных изменений, изменений политико-правового характера, наличия и состояния каналов и средств эстетического влияния, степени соединения задач эстетического воспитания с другими направлениями воспитания. Поэтому, воспитание эстетического вкуса также должно вестись естественно индивидуализировано, не носить механистического характера. Здесь важно избегать эстетической дидактики, навязывания собственных норм и предпочтений. Необходим учет объективных физиологических, психологических, мотивационных и вкусовых, уже сформированных особенностей конкретного возраста или профессиональной группы.

Кстати, именно в педагогической практике, как нигде, очевидно и возможно упомянутое сращение эстетического и художественного. Во избежание методологической путаницы нам и было необходимо четкое предварительное их разграничение, что в свою очередь, определяет цели и задачи эстетического воспитания и художественного образования.

В источниках просветительского или публицистического характера эстетический вкус предстает в разнообразных значениях и оттенках, отражающих аспекты его бытования в культурных контекстах: социальном, национальном, классовом, личностном и т.д. Например, «молодежный», «мещанский», «массовый», «утонченный», «грубый», «изящный», «эклектичный», «ограниченный», «неразвитый», «безошибочный» и т.д. Либо, в эмоционально-метафорической форме: «колебание вкуса», «псевдовкус», «врожденный вкус», «деформация вкуса». Либо, возникшие в обыденном сознании смысловые штампы: «о вкусах не спорят», «на вкус и цвет...», «память имеет хороший вкус» и т.д.

Можно сделать вывод о том, что вкус лежит в пограничной области теоретического и обыденного уровней эстетического сознания, между эстетическим идеалом и эстетическим чувством и является срединной формой эстетического сознания, испытывая влияние двух

полюсов и не является какой-то предельно ограниченной сферой эстетического отношения. В силу этого имеет различные оттенки и характеристики в пределах заданных границ (чувственное-рациональное, суждение-переживание, врожденное-приобретенное, природное-социальное, интуитивное-логическое).

Со стороны эстетического чувства вкус приобретает свойства переживания и эмоциональности, которые предполагают индивидуально-неповторимые ощущения воспринимаемого объекта, рефлексию чувств, в которых рождается состояние «охвата», «обладания» объектом до его оценки и суждения о нем. И, поэтому, обыденное суждение о том, что «о вкусах не спорят» верно - на уровне суждения об индивидуальном эстетическом вкусе, но оно неверно в принципе, когда речь идет о социально-природной сущности эстетического вкуса, так как подразумевается второй социально-кумулятивный полюс эстетического вкуса, пограничный с эстетическим идеалом.

Понятие «вкус» как и понятие «погода» употребляется и в описательном, аксиологически нейтральном смысле с положительной окраской. Если, например, говорим, что кто-то лишен вкуса или что-то сделано со вкусом, тогда понятие «вкус» употреблено в качестве синонима «хорошего вкуса». Способность замечать красоту и восхищаться ею является универсальной общечеловеческой способностью. Трудно представить себе человека нормального вообще лишенного этой способности. Однако универсальность вкуса не надо понимать как унифицированность и однотипность. Как раз наоборот, в области вкусов царствует многообразие. Вытекает это не только из личностного характера вкуса, но и из факта, что вкусы культурно (тип культуры), исторически (эпоха) и социально обусловлены. Не только эстетические потребности, склонности и предпочтения людей разных культур, эпох и сословий отличаются друг от друга.

Такое же разнообразие свойственно человеческим способностям воспринимать и оценивать эстетические качества. К тому же, способность эта свойственна людям не в одинаковой степени, у некоторых она недостаточна или неправильно развита и в таких случаях говорим об



отсутствии вкуса (безвкусице) или о плохом вкусе. Плохой вкус - это вкус недостаточно развитый (примитивный, грубый) или вкус извращенный (вульгарный или претензионный).

В отечественной эстетике с определением дурного вкуса ассоциируется такое понятие как кич, синонимом которого является продукция «массовой культуры». Но никому не известна та степень «достаточности», в которой вкус может быть сочтен, как хороший, либо развитый. Оценки в этой области очень субъективны и зависят от вкусовых и прочих пристрастий самого судьи. Во всяком случае, объективно выработанных научных критериев развитого вкуса, лишенных эмпиричности и экспертного высокомерия пока не существует [101].

Аргументация сводится к трем основным приемам.

1. «Профессионалам в искусстве ясно, что такое дурной вкус». Компетентные специалисты обычно указывают на «неумение рисовать» (проектировать, писать, сочинять музыку и т.д.), но история художественной культуры знает множество примеров, когда не признанные в свое время новаторы стали великими или выдающимися представителями искусства. И даже, когда мнения большинства практиков искусства совпадали, то общепризнанность в последствии не доказывала истинности.

2. «Профессиональным критикам ясно, что есть искусство высокое, а что - низкая подделка». Это высказывание психологически трудно опровергнуть, так как если вам не ясна ценность объекта, то вы рискуете навлечь на себя подозрение в невежестве. Но как здесь быть с оценками профессиональных критиков в истории с подделками Вермера Дельфтского, оценок современниками импрессионизма, авангарда и соцреализма.

3. «История культуры показала, кто велик, а кто мелок». Однако ведь всякая история, в особенности гуманитарная - это то, что постоянно перерождается, переписывается. «Мертвецы могут умирать бесчисленное количество раз, как, впрочем, и рождаться вновь. Авторитеты, бывшие прежде незыблемыми, могут вдруг сильно потерять в весе» [101]. Примером может быть и Вольтер, обвинивший в плохом вкусе В.Шекспира и С. Рафаэля, создавшего «Сикстинскую мадонну». Эта «многострадальная» картина для историков искусства является примером ярых поворотов во

вкусовых пристрастиях в каждом веке от XVI до XX.

Человек с дурным вкусом (кичмен) испытывает большое эстетическое удовольствие при созерцании ковриков с лебедями, гусями, тиграми и русалками; в приобщении к тайнам мадридского двора или какого-либо иного двора, к миру анжелик; постигая творения Леонардо да Винчи или современной эстрады путем ношения сумки с изображением Джоконды или поп-идолов; способный плакать искренними слезами, сопереживая героям мыльных опер и драм, или искренне переживать ТВ-шоу «домов», «фабрику», «судов», удовлетворяться вкусом тусовок и веб-сайтов. В то же время, люди с развитым вкусом по-прежнему заполняют тихие камерные залы консерваторий, музыкальных салонов, смело сверяют свои позиции на ретро или авангардных выставках изобразительного искусства. В такой постановке вопроса мы затрагиваем еще более серьезную проблему соотношения кича и высшего искусства. И, в принципе, сегодня уже можно прогнозировать, что именно из современной художественной культуры попадет в кич, а что им стать не способно:

- обыденное сознание опирается на очевидность, банальность, повествовательную достоверность. Из искусства будут выбираться темы «жизненного цикла»: рождение, брак, смерть (хорошей иллюстрацией могут стать мексиканские, бразильские сериалы, а теперь и российские). Но не все произведения искусства на указанные темы способны стать кичем по способу восприятия. Это связано со второй способностью обыденного сознания;

- претензия на общезначимость и абсолютность, справедливость, истинность для всех эпох, людей, ситуаций. Массовое сознание нивелирует индивидуальные особенности человека, события времени. Путем такого отбора в кич попадают пейзажи: или знакомо приятные, или романтично-экзотические. В появлении искусства, которое подвергается кичевому осмыслению участвуют механизмы обыденно-ориентированного восприятия: идентификация с персонажем, эгоцентризм, перенос представлений о жизни на искусство и др.

Можно спрогнозировать, что из художественной культуры в кич попасть не может: беспредметное искусство в кич не превращается, и

связано это с корневыми особенностями массового сознания: его вещностью, натурально-идеальной ориентированностью (недаром у дидактов эстетвоспитания существует провокационный: «Бывают ли плохими абстрактные картины супрематистов?»).

Рассмотрение проблемы «вкус – кич» поможет нам в педагогической практике избежать возможных ошибок в процессе изменения вкусовых ориентации и предпочтений студентов. Поэтому целесообразно остановиться на признаках хорошего вкуса. Отличительным свойством хорошего, развитого вкуса, по мнению многих теоретиков [73], [82], [89] является чувство меры. Конечно, нет вечного и неизменного чувства меры, хотя в некоторых эпохах появлялись попытки вскрытия абсолютного чувства меры и абсолютных канонов красоты. И, хотя чувство меры по разным причинам меняется, нельзя игнорировать факт, что, действительно, можно найти много примеров, подтверждающих мнение, что проявление хорошего и плохого вкуса в разных, областях поведения и деятельности человека связаны с наличием или отсутствием этого чувства.

Интересен анализ меры человека и его взаимосвязи с эстетическим вкусом у А.С. Молчановой [73]. Меру человека, она вслед за Марксом [67], рассматривает как содержательное понятие, выражающее качественную и количественную определенность человека как особого явления действительности. Мера человека дана так же реально, как и мера любого другого предмета. Чем отличается соответствие мере от любого другого соответствия? Мера - характеристика предмета как целого, как единство всех его сторон. Соответствие мере - наиболее полное соответствие предмету. Для выражения полноты такого соответствия существует специальное понятие - гармония. Узкое, неполное, одностороннее соответствие не может быть названо гармонией (дисгармония). Конкретную определенность этих понятий надо видеть в том, что гармония - не любое, не всякое соответствие предмета человеку, а только наиболее полное, наиболее отвечающее мере человека как целого и не разрушающее, не уничтожающее меру предмета как целого. Гармония - соответствие, совпадение мер человека и мер предметов [73]. Эстетическое Молчанова

понимает как отношение мер, а эстетический вкус, как способность к их различению. «Непосредственное сопоставление меры конкретного предмета с индивидуальной мерой конкретной личности, воплощающей определенные стороны меры человека данной исторической эпохи, данного класса или другой общественной группы, и представляют по своей сути вкусовую оценку. Способность такой личностной оценки эстетического и называется эстетическим вкусом» [73].

Хороший художественный вкус в искусстве проявляется как способность целостного отражения и умение найти внутренне соответствие всех элементов. Критерий хорошего вкуса - критерий целостности - совпадает с истинностью отражения меры как целого, чувством соразмерности и сообразности.

Объективное богатство проявлений мер предметов при единстве сущностей создает возможность выбора среди эстетических предметов, составляет условие свободы вкусов, причину многообразия хороших вкусов. В многообразии мер - условие свободы эстетических суждений.

Поэтому познание меры и есть познание единства многообразия. Выражением единства меры и границей свободы выбора является эстетический идеал, выражением многообразия и областью свободы является вкус. Отсюда - хороший вкус - не единственный вкус, не одинаковый для всех вкусов. Но хорошие вкусы - единые в своей основе вкусы [73].

Эстетический вкус проявляется во многих сферах человеческой жизни и деятельности. Чаще всего считается, что такими сферами, кроме искусства, разных форм производства, средств потребления (ремесло и промышленность, дизайн и архитектура), является нравственность (в частности, манеры поведения и этикет), разного рода обряды, ритуалы, а также политика, религия, наука, техника и другие элементы духовной культуры.

В заключении нашего рассуждения о специфике вкуса остановимся на некоторых парадоксальных метаморфозах его социокультурного бытования.

Первый парадокс: о вкусах, якобы, не спорят. Однако, на всех уровнях социально-культурных коммуникаций и профессиональной деятельности оценочно-критериальная база, по-существу, построена на вкусовых эстетических основаниях. Норма, мера, гармония, целостность и

выразительность - лежат в основе количественно – качественных оценочных характеристик продукта, среды, образа, явления, как необходимого и достаточного, уместного и неуместного, красивого и некрасивого и т.д.

По-существу, в реальности, происходит постоянная состязательность и спор вкусов, мнений, предпочтений, которые в идеале и в профессиональной сфере становятся критериями суждения и направляющими векторами образования и воспитания.

Парадокс второй. На социально-духовном уровне вкус включается в структуру эволюции и иерархических доминант эстетического сознания: способность – чувство – вкус – оценка – суждение – идеал – теория. В этой структуре он является серединным феноменом, находясь между категориями «оценка» и «идеал» и испытывает их обоюдное влияние. Таким образом, сам «вкус» - «кентавр» психофизиологических, биологических и социальных начал человека. Человек рождается с разной степенью сенсорности и вкус, на стартовой стадии развития определяется «способностями», «склонностями», «потребностями», «предрасположенностью» и др.

Далее, по схеме эволюции эстетического сознания нас интересуют два вектора, влияющие на вкус: чувство и идеал. Чувство находится на психофизиологическом уровне, идеал - через системы воспитания и образования транслирует социальные ценности конкретного этапа культуры. «Культура как образ жизни, передаваемый по наследству». Отобранные ценности передаются через систему социальных институтов или непосредственно от человека к человеку, от эпохи к эпохе.

Казалось бы, определенные факторы влияния на природу вкуса и должны ее объяснять, и, тем не менее, он остается загадочным (интуитивным, врожденным, сакральным, имманентным) явлением.

Кроме того, не ясны критерии и градации развитого, высокого, «элитарного вкуса». С одной стороны - это изысканность стиля, которая предполагает развитое чувство меры, гармонии, целостности, уместности, такта, но в этом же ряду явления находятся нарицательные эпитеты и обличительные ярлыки - декаданс, эстетизм, вкусовщина. Существование этого уровня развития вкуса еще более не ясно, чем наличие неразвитого,

грубого, пошлого вкусовых уровней. Не существует и методов его поддержания, развития, обнаружения, а также форм его передачи. Проблематичны мониторинг, диагностика обратной связи и рефлексивного влияния теоретического уровня культуры на обыденный.

На уровне же массового потребления и презентаций – наблюдается выход на вкус – через моду. Кутюрье, дизайнеры, стилисты - творцы моды и имиджа якобы «делают» (формируют) вкус, как бы обеспечивая людям уровень приемлемого вкуса.

Третий парадокс заключается в том, что мода сама по себе может иметь ряд противоречий:

- модные и «престижные» не всегда эстетически целостно, гармонично и значимо с позиций того же высокого вкуса. Как сказал философ и теоретик дизайна Лев Зеленов: «Мода – религия провинциалов», имея в виду то, что потребитель моды и дизайн – продукта либо, маргинал, либо – недосоциализированная личность для которой важно быть «как все», не хуже других;

- «стихия моды» только на первый взгляд не управляемый процесс. На самом деле – мода – тонко завуалированный процесс стимуляции покупательной способности и ажиотажа населения;

- мода никогда не была универсальной для всех, не смотря на то, что сегодня существуют фирменные стили, дресс-коды, корпоративные нормы – они находятся в оппозиции с самым широким разбросом в показах творчества дизайна моды, их презентативности в СМИ, мифологизации модельного бизнеса и т.д., способных на первый взгляд удовлетворить самые широкие запросы людей. Но в реальности же, как всегда, существуют физиологические, национальные, возрастные особенности человеческого тела. Универсального образца мода дать не может, даже для экономически состоятельных людей, поэтому лозунг: «Красота сегодня стала доступной» - миф. Обратной стороной «гламурной жизни» являются примеры анорексии, феномен «доктора Голливуд», оптический обман подиума и экрана.

Именно вкус выступает противником подгонки под образец и стандарты. Вкус – инструмент организации внутреннего мира личности.

который, тем не менее, определяет и формальные (внешние) параметры поведения, внешности, речи, культуры, имиджа (скуда могут входить – шарм, элегантность, уместность и др. при совпадении ситуации и формы).

Начинается вкус с критического отношения к себе. Вкус как «внутренний дизайн» - есть представление «об идеальном», который ведет начало от определения несовершенства сначала в самом себе, а затем и в других людях, среде и обществе, как устаревание, несовершенство, пошлость, натужность, жеманность, искусственность, претенциозность и т.д.

Таким образом, задача субъекта социального и профессионального творчества: «Выдавить из себя «раба», преодолевая желание и стереотипы послушного следования нормам и предписаниям массового общества, массовой культуры, питательной среды гомогенного вкуса.

**Резюме.** При определении стратегии воспитания эстетического вкуса необходимо учитывать многоаспектность всех составляющих феномена: его определенное место среди других форм эстетического сознания, специфику его развития в рамках эстетического воспитания и художественного образования и исходные психофизиологические свойства личности.

#### **Глава 4. Вкус в парадигме педагогического проектирования**

Педагогический аспект вкуса как художественного, так и эстетического предполагает наличие и реализацию результатов предыдущих этапов социализации личности: субъективированных процессов освоения и опыта, средств воздействия, технологий и методов его формирования. Вкус, в том числе и на поле педагогической деятельности, может проявиться либо как потенциал, как обладание и способность к его проявлению (демонстрации, презентации, реализации и проч.), либо как критерий, акмеологическое качество внешней оценки, как стороннее признание совершенства какого-либо дидактического акта или его субъекта. Вкусовая способность реализуется как воплощение нашего проектного идеального для нас, как реализация некоего содержательного начала предварительного образного замысла, отвечающего на мысленные же «образы-ожидания» воображаемой аудитории (в рамках педагогической коммуникации).

Во втором случае, эмоционально, этически или интеллектуально оценивается сам процесс педагогической деятельности или предмет (продукт) его реализации с ценностных позиций эстетической значимости и совершенства (гармонии, целостности и выразительности). Хотя здесь сразу же возникает проблема критериев оценивания, точнее - совпадения или несовпадения позиций в рамках субъект-субъектных и субъект-объектных отношений. Причем в очень широкой амплитуде: от полного отсутствия мотивации в «экспертной рефлексии», ее сознательной или естественной не реализации, в виду незамечаемости социально немобильным субъектом, его неспособностью воспринять совершенство совершенного, до разной степени полноты вкусового оценивания, определяемого, в свою очередь, типологическими чертами личности, ее доминирующими особенностями восприятия или социально-культурными характеристиками аудитории. Кроме того, здесь особенно отчетливо проявляется зависимость (детерминизм) культурных позиций и эстетических реакций личности или социума от наличия и степени развитости вкусов самих субъектов оценивания (вкус развитый, не развитый и опережающий вкус творца). Но если в любом случае акт вкусового предъявления (реализации) оценивается как разного достоинства композиционная целостность, в разной степени ее конкретизации (от виртуального до материального воплощения), то нам представляется продуктивным и возможным рассмотреть сложение и структуру этого, подчас, автодидактического, но все-таки проектного образа по аналогии с бытованием художественного образа в искусстве. Представители эстетической теории - М.Ф. Овсянников, М.С. Каган и др. [78], [38] традиционно рассматривают три стадии этого бытования, соответствующие, в свою очередь, этапам создания и реализации собственно произведения искусства. При этом всякий раз, определяется разная степень присутствия или доминирования содержательных или формальных слагаемых художественного образа. Так, начало создания произведения аналогично возникновению у автора идеального «образа-замысла», который затем конкретизируется в окончательную модель - «образа воплощения», границы которого совпадают с Произведением -



художественным (духовным) артефактом. Это, по существу, иллюстрирует процесс перехода духовного Содержания (идеи, смысла, ценности и других социально-значимых функциональных приращений) в материализованную Форму.

Эта форма (произведение) и ее внешние факторы, параметры, композиционные средства, пространственно-временные характеристики, действия, признаки, свойства и т.д. становятся художественным или эстетическим сигналом восприятия, объектом «потребления» социума. Здесь мы имеем дело с иным случаем реализации художественного образа, а именно, с «образом-восприятием» какого-либо произведения – зрителем, читателем, слушателем. В этом случае происходит «зеркальный» процесс по отношению к этапам создания произведения («Образ замысел» - «Образ воплощение» - как переход от содержания к форме). Воспринимая произведение по внешним, формальным, самым очевидным для него признакам реципиент (в идеале) восходит к авторскому замыслу, идее, содержанию. Хотя, надо оговориться, что они никогда не бывают совпадающими. Адекватность «Образа (авторского) замысла» и «Образа восприятия» зависит от сложности формы и языка произведения, а также от степени художественной образованности реципиента (например, массовый вкус публики, элитарный, профессиональный и т.д.). Если бы речь шла о вкусе художественном, то эта схема вполне бы нас удовлетворила.

Теперь обратимся к субстанциональному содержанию вкуса, способному реализоваться не только в художественной парадигме, не потеряв при этом основные субстратные его качества. В этой духовной ипостаси эстетического сознания и социальной реальности также происходит восхождение личности или какой-либо разнообразной по масштабу и составу аудитории к высокому содержанию Вкуса, предложенного его демиургом или носителем. Аудитория воспринимает факт его появления по внешним параметрам через опорные эстетические сигналы, т.е. тот же (как и в искусстве) обратный процесс от «Формы» к «Содержанию». Феномен вкуса всегда конкретен, но «бытует» в разных соотношениях переходного состояния: духовное – материальное.

Эстетическая вкусовая рефлексия – способность оперативно, по первому впечатлению, определять ценностные достоинства явления (предмета предъявления) на уровне внутреннего переживания (эмоциональной реакции), вне анализа и оценочной аргументации – и составляет, в общем, виде, содержание «вкуса-восприятия». Он, как можно предположить, создан и создается и количественно, из сумм указанных рефлексий, частоты организованных эмоциональных контактов, и качественно, - исходя из художественно-эстетических достоинств среды окружения, продуктов потребления, глубины осознания их композиционного совершенства или анализа упущений. Предметом суждения (оценки) вкуса, в любом случае, становится чувственно-воспринимаемая форма.

В культуре повседневности типичными объектами сравнительного восприятия и оценивания являются, в первую очередь, главные элементы материальной культуры – жилище и одежда. Именно они позволяют социальному субъекту максимальную свободу выбора и творчества, а значит, и становятся объектами бытовой агонистики или критики со стороны профессионального сообщества или носителей элитарных ценностей. Действительно, «вкус в одежде» обычно связывается не только с модой или качеством дизайна, но и с уместностью, комфортностью, претенциозностью, элегантностью или вычурностью и т.д. Признаки «вкуса дома (интерьера)» – это стилевое или концептуальное единство, ансамбль или хаос вещей, предметов, мебели и оборудования, сервировка стола, функциональное удобство и декоративное убранство. Затем объекты оценивания могут множиться за счет приращений из других сфер материальной культуры – бытовой, коммуникативной, поведения и общения, физической, наконец. Вкусовые характеристики и слагаемые здесь могут «утончаться» в сторону духовно-личностных качеств. Например, – как человек распорядился своими физическими данными: цвето-фактурой и особенностями лица и фигуры и т.д. Или насколько органично они выстроены в осознаваемый и построенный им самим собственный образ – ментальный имидж. Далее идут его (имиджа) не столь явные, но ценные и эстетически значимые (проектные) слагаемые, которые также могут рассматриваться с позиций вкусовых критериев и меры как

необходимого и достаточного, уместного и неуместного, красивого и не красивого и т. д. Например, речь (ее ритм и мелодика, голосовое интонирование и выразительность, грамотность), мимика и жестикация или поведение (свободное и естественное, но этикетное). Когда же эти обретенные личностью ценности выходят за рамки только лишь правил поведения (сфера материальной культуры) и начинают свое функционирование в социально-психологическом контексте культуры общения, то вкусовые критерии их оценивания переходят более в область интеллектуально-духовную. Меняющиеся модели коммуникации каждый раз требуют от субъекта общения адекватного по ситуации поведения. Уместность и достаточность используемых средств и ролевых характеристик (галантность и шарм, сдержанность и скромность и др.) позволяют оценить поведение личности также и с позиций вкуса. Здесь возможен выход на такие критерии как такт, мера, артистизм, режиссура и сценарное моделирование вхождения в контакт в разных культурных средах, степень творчества и интерпретации, психологическая рефлексия в профессиональных полях коммуникации (в предметной или духовных сферах). Например, в контексте педагогического общения или коммуникации можно говорить о специфическом педагогическом вкусе, равно как и о педагогической деформации, педагогическом зле.

Другая проблема в рамках заявленной проблематики – профессиональная культура (деятельность) как креативное поле создания художественно-эстетических паттернов, излучающих вкусовые векторы или определяющих стиль эпохи. Излишне напоминать, что и интерьер, и одежда являются объектами проектного творчества архитекторов, дизайнеров, художников-модельеров. «Вкус как композиция» в профессиональном поле дизайна и архитектуры – предмет и нашего теоретического внимания в рамках дизайн-образования. Как формируется профессиональная культура самих демиургов архитектурных искусств? Какую роль играют художественные или эстетические ориентации в начале профессии? Существует ли единое содержание (субстрат) у художественного и эстетического вкусов или это разные по модальности явления? Мифологичны ли утверждения о существовании

врожденного вкуса, что это своеобразный талант, одаренность или это результат воспитания, особых педагогических технологий? И, наконец, почему профессиональное архитектурное образование еще не гарантия формирования хорошего вкуса, а, в то же время, носителями и авторитетами высокого стиля во всем могут быть люди, далекие от искусства? В том числе и педагоги, но, к сожалению не все.

Проблема вкуса особенно остра и значима на уровне как повседневной, так и профессиональной культуры. Категории вкуса могут являться: оценочными критериями, проявлением творческой самости, профессиональной креативности, самопрезентации и проч.

### **Глава 5. Вкус как творчество и мера в дизайн-образовании**

Проблема вкуса может быть остра и значима и на уровне повседневной, и на уровне профессиональной культуры. Категории вкуса могут являться оценочными критериями проектной культуры: проявление творческой самости, профессиональной креативности, самопрезентации и т.д.

Особенно значимы прикладные и теоретические исследования вкуса для современного дизайна. Дизайн, в силу собственной социодинамической природы постоянно находится в стадии естественного развития и видовых «приращений». В таких сферах его продуктивного влияния, как одежда, среда, жилище, воспитание детей, графическая продукция и т.д. самым обидными могут быть оценки: «Перебор (избыточность) средств», «Невыразительность», «Композиционная беспомощность», «Кич», «Пошлятина», и, наконец, приговор заказчика: «Какая безвкусица!»

Вкус как композиция в профессиональной сфере дизайна непосредственно связан с таким феноменом как организация внутреннего мира человека и его продуктивных рефлексий в социальном пространстве эпохи. В этом случае, профессиональными категориями дизайн-образования, непосредственно связанными со вкусом могут быть названы «композиционное мышление», «формообразование», «художественное моделирование», «пластическая культура», «пластические чувства и интуиция» и др. Они, по-существу, и должны составить содержание

соответствующих компетенций или учебных дисциплин. В условиях реализации специальных образовательных программ от дошкольных до пропедевтических курсов специального дизайнерского образования, где, по существу, кроме технических навыков рисунка, живописи, композиции и др. (и так уже имеющих значительные содержательно-методические отличия и различные целевые установки в сравнении с принципами академического художественного образования в ведении этих же дисциплин, которые здесь не являются пропедевтическими), решаются задачи вкусовые, более эстетические, нежели художественные по гармонизации и упорядочению плоскостной или объемной цветографической композиции, а также приобретаются навыки проектного мышления, когда учебное задание по названным дисциплинам решается как фиксация рождения мысленного образа-замысла, предвещающего конечный результат (воплощение). Его реализация происходит в условиях целевой учебной установки, например, изобразительное начало постановки, преобразуется в выразительные средства заданного композиционного решения, где могут доминировать в качестве главных – ритм, масштабность, статика-динамика, моно-полицентричность композиции, заданные абстрактные ассоциации и т.д. Это же может относиться и к искусствоведческим курсам истории изобразительного искусства, архитектуры и дизайна, где, на наш взгляд, следует обращать внимание не столько не на исторически нарратив и персональную фактографию, сколько на выделение параметров будущей профессиональной культуры дизайнера – чувства стилевой и композиционной завершенности объекта, навыков анализа средств эстетической гармонизации и выразительности, формирования того же эстетического вкуса посредством привлечения специальных психолого-педагогических условий восприятия («бомбардировка образами») и образовательных технологий (погружение в культурную атмосферу, контекст эпохи). Уже давно доказано, что наличие развитого эстетического вкуса объясняется (детерминировано) накопленным опытом эмоционального переживания лучших образцов художественной и проектной культуры, своеобразной «насмотренностью» большого количества мировых шедевров, обладающих, несомненно,

общими закнами красоты и гармонии, обращенными к глубинным механизмам человеческого чувственного восприятия. В итоге эта «насмотренность» становится достоянием индивидуального подсознания – источника эмоциональных вкусовых интуиций и, конечно же, при дальнейшем воспитании и обучении – проективных рефлексий объекта прикладного творчества. Ибо вкус дизайнера–профессионала – уже не столько факт его личной культуры, сколько продуктивный феномен, позволяющий ему воспринимать и судить окружающую действительность как совершенную или несовершенную [50], [52].

Вкус дизайнера – это особое композиционное мышление, направленное на эстетическое призвание (улучшение, модификация, проектирование) предметно-пространственной среды, в случае обнаружения несоответствия объекта восприятия с рефлексивным (вкусовым) эстетическим идеалом или представлением. По-существу, все дизайн-образование, начиная от пропедевтики (рисунк, живопись, пластика) и до дисциплин профессионального цикла (формообразование, моделирование, проектирование) – есть разной степени конкретизация все той же композиции.

Вне конкретной практики дизайн-образования вкус может приобретать разнообразные инверсии и проникновения в различные контексты проектной деятельности. Часто выступает как синоним стиля, нормы или меры. Мера в философском измерении предстает как категория диалектики, предел измерений качества предмета, либо как критерий оценки телесной материи, обладающей очевидной структурой. Внутренняя и внешняя формы меры существуют как в физическом, так и в гуманитарном измерении, являясь основанием эстетических вкуса, оценки, идеала, отождествляемых с «чувством меры» [53].

В проектно-творческой деятельности эстетическая мера является регулятивным, нормативным принципом, эталоном совершенства как производного от идеального эталона, образца или точка отсчета в процессе преодоления стереотипов повседневного и профессионального восприятия. Историческая изменчивость и многообразие оценок, форм и содержания эстетической меры зависит от социального контекста. Социально-

культурные модели выступают как внутренний фон и контекст индивидуальных проективных рефлексий. Базисные компоненты каждой культурной эпохи как внеэстетические корреляты рождают новую эстетическую меру как культуротворческую норму и социометрический критерий. Эстетическая мера имеет свою специфику и в различных парадигмах (версиях) дизайн - образования. В традиционной профессиональной парадигме дизайна, как и во всех архитектурных искусствах, эстетическая мера пребывает в нескольких качествах. В процессе подготовки дизайнера-специалиста эстетическая мера выступает как особый случай проявления эстетического вкуса в его продуктивно-проектной форме. Как вкусовая категория начального этапа эстетического воспитания и художественного развития, освоение которой может происходить как опосредовано – в процессе фиксации художественно-эстетической значимости объектов средового окружения и повседневной культуры (в т.ч. и объектов дизайна – вещей, одежды интерьера, прикладной графики) – в полярных оценках: красиво - некрасиво, нравится - не нравится, грубо - изящно, прекрасно – безобразно и др., или в категориях эстетической аксиологии восприятия предметных форм: ценность новизны и оригинальности, стилевое совершенство, колористическая гармония и др.

Следует заметить, что «художественное образование» и «дизайн-образование» нельзя рассматривать как родственные явления или как последовательные этапы профессионального становления и художника и дизайнера. Следует, как говорится, сначала размежеваться, чтобы затем найти общее и продуктивно-взаимопроникающее. Художественное образование и дизайн-образование – различны по модальности. Художественное образование – элемент и сфера художественной культуры по главным функциям: воспроизводство кадров искусства. Искусство же – феномен настолько предельно широкий, что его типология и морфология давно являются объектами целых отраслей знания, питающих собственно этот процесс воспроизводства – художественного образования. Естественно, что сама институциональная система образования с необходимостью структурирует его по содержанию и организационным

формам (дошкольное, в системе общего и специального начального, среднего и высшего). Кроме того, под художественным образованием традиционно понимают подготовку в рамках изобразительного искусства, правда, широко понимаемого: графика, живопись и архитектура, ДПИ и дизайн также составляют группу прикладных искусств, выделяемых по принципу наличия утилитарных и эстетических составляющих. Хотя здесь имеются и другие синонимические обозначения – пластические искусства, пространственные или архитектурные и др. Дизайн – феномен XX века. Причина возникновения очевидна и предельно утилитарна – привлечь возможности декоративных качеств прикладных искусств и архитектуры для придания максимально привлекательных свойств и качеств конкурентоспособности изделиям серийной машинной продукции в промышленно развитых странах нового века. Поэтому, даже в первых учебных заведениях т.н. промышленного искусства – Баухауза и ВХУТЕМАСА (а именно с ними связывается рождение новой профессии) обучение строилось на основе не «свободного» изобразительного искусства (в его станковых жанрах), а имеющим к этому времени солидный опыт формирования адаптированных его средств при подготовке архитекторов, художников и декораторов, т.е. речь идет о доминировании выразительных средств над изобразительными. Это тем более удалось, т.к. счастливо совпало с временем концептуального реформирования самого изобразительного искусства, в котором получили распространение абстрактные и формалистические направления беспредметного искусства, в частности, конструктивизм и функционализм, составившие в 20-е годы XX века теоретическую базу т.н. «производственного искусства» (подробнее в работах В. Аронова, В. Глазычева, Е. Сидориной). Идеология «производственников» уже есть факт истории искусств, но отдельные методические положения и дидактический опыт и сегодня являются базовыми основаниями подготовки дизайнеров.

Представление о сущности современного дизайна, в целом, до сих пор остается неясным ввиду множественности его определений, содержательных транскрипций, видов и сфер проявления. Определение его субстрата (как социокультурного феномена) и раскрытие его



методологического потенциала сегодня продуктивно через представление его в метафизическом измерении, идеи которого восходят к философским взглядам на проблемы человеческого бытия [51], [53].

Теоретики дизайна помещают его на границе: мечты и действительности, техники и искусства, производства и потребления, богатства и бедности, расчета и творчества, пользы и красоты, которые, в свою очередь, могут составлять полюса профанного мира (повседневного, утилитарного) и мира сакрального (трансцендентного, элитарно-профессионального). Исходя из нашего тезиса, что человек больше, чем его сознание, мы определили дизайн как гетерогенный феномен. Главные векторы: дизайн как потребительский дискурс, основанный на традиционной функциональной школе создания серийных массовых изделий индустриальным способом (коммуникатор эстетического формализованного конструкта), в конечном итоге создающий все предметно-пространственное окружение человека и дизайн беспредметный (метафизический), который невидим, эфемерен, не субстанционален – является особым качеством социального или личностного творчества: проектным мышлением, направленным на какой-либо системный объект [51].

В этом случае, он существует не как специфическая художественная или эстетическая практика, а как особое эстетическое отношение к объекту, как проектный вариативный фактор, способный присутствовать в любой деятельности, быть направленным на совершенствование действительности или самостроительства личности, т.е. там, где осознается ощущение границы цивилизации достигнутого и начало культуротворчества будущего.

Как известно, дизайн есть представление об «идеальном», а исходная точка проектной деятельности начинается с осознании проблемной ситуации (функционального несоответствия, несовершенства, устаревания, хаоса, кризиса, конфликта и т.д.), а также наличия предварительной проектной идеи по изменению качества рассматриваемого системного объекта. Проектность как его сущностное основание предполагает перенесение идеального эстетического представления на любой объект

дизайнерского внимания с целью его формального или содержательного преобразования по законам гармонии, целостности и красоты [51].

При несбыточном развитии практики дизайна, расширении сфер его влияния, предметного ассортимента, видовых и объектно – сферных приращений, он во многом остается в рамках традиционного понимания, основанного на генетически-онтологической парадигме: деятельностью по улучшению формальных характеристик проектируемого материального объекта, в русле функциональных, эстетических, эргономических и социально-экономических требований. Новым является осознание ограниченности и не перспективности видовой типологии дизайна, которая бесконечно расширяется за счет прямолинейной практики приложения термина «дизайн» к любому предметному объекту дизайнерского внимания (дизайн окон, очков, ногтей, тортов и т.д.).

Современная общественная практика стимулировала появление новых видов дизайна (дизайн социальных коммуникаций, PR-дизайн, дизайн-образование и др.). Как и имидж – дизайн они являются следствием развития идей «беспредметного» нон-дизайна: от проектирования вещи к метафизическому и «метафорическому» представлению объекта [51]. Каждый из видов, в свою очередь, стимулирует методологическое обновление дизайна. Кроме четырех основных методов проектирования, возникших еще в русле промышленного дизайна (художественное конструирование, художественное проектирование, стайлинг, системный дизайн), появляются иные, экстраполирующие и демонстрирующие новые способы, приемы, технологии, содержание и организацию проектной деятельности.

Данная тенденция относится и к имидж – дизайну, разновидности модельного дизайна, к которому относится дизайн одежды, дизайн прически и др. Имидж – дизайн как один из новейших специфических приращений дизайна в его видовой транскрипции получил достаточно широкую известность, практическое распространение и некоторое теоретическое осмысление. Определилась и особая научная область «Имиджелогия», объектом изучения которой является все пространство социально-психологического и культурного бытия личности в ее разнообразном деловом общении и повседневной коммуникации. В

качестве предмета выступает имидж как виртуальная (проектируемая) или реальная конструкция, состоящая из разнообразных средств выражения человеческого достоинства [51]. Возникшая в рамках имидж - дизайна деятельность «имиджмейкера», методологически обеспечивается квалификационными компетенциями (специальностей и специализаций) в соответствующих профессиональных учебных заведениях и образовательных центрах.

Кумулятивная природа имидж - дизайна в действительности определяет векторы реализации профессиональных компетенций различных специалистов по созданию желаемого нового образа объекта: модельеров, визажистов, стилистов, парикмахеров, парфюмеров и др. Возникает представление о некоем специалисте - имиджмейкере, который в своей деятельности объединяет начала указанных компетенций. Как и в любом дизайн – проектировании этот специалист, реализуя компоненты профессии, самостоятельно определяет и улучшает все формальные (внешние) качества вещи (здесь: объект – образ личности) и задает регламент внедрения проекта. Как правило, это реализация четырёх групп требований:

- функциональных,
- эргономических,
- эстетических,
- социально-экономических.

В то же время, в реальном проектировании большее внимание может уделяться лишь какому-то одному из четырех аспектов как реакции на очевидное несовершенство (вещи, системы, человека). Имиджмейкер в силу многоаспектности деятельности, собственных вкусовых ориентаций и профессионального уровня также способен вычленять и решать ограниченные задачи. В одном случае масштаб задачи создаваемого образа позволяет ему самостоятельно осуществлять дизайн – проектирование на уровне улучшения формальных качеств объекта. Он, если позволяет собственная компетентность, реализовав образ – замысел, расширил его до уровня образа – представления (бытования, презентации) берет на себя множество функций по созданию комплексного имиджа, где он отчасти «сам себе»: эргономист, сценарист, режиссер, психолог, социолог, менеджер и т.д. В другом случае, при создании сложного системного

объекта он может являться коммуникатором и организатором усилий деятельности различных специалистов по созданию дизайн – программы имиджа корпоративного заказчика (фирмы, партии, стиля и т.д.).

Имидж - дизайн в этой метафизической транскрипции выходит за рамки только лишь внешнего представления проектируемого объекта – «образа – представления» и обращается к задаче его пролонгирования до создания «образа – состояния». Таким образом, данное явление выводит имидж – дизайн из традиционной практики перманентных приращений внешних параметров объекта определяет практику самостоятельного дизайн - проектирования: **дизайна имиджа** (чего-либо, кого-либо, какого-либо). Отдельная личность, корпоративная субстанция приобретают качества устойчивости к возможным социальнс-культурным и психологическим ситуациям, стрессам, шокам в силу освоения навыков «искусства презентации – эстетически, мимически, манерно, коммуникабельно, риторически» [36]. Они начинают работать в синергетической парадигме как дизайнеры самостроительства и самосовершенствования, постоянно и осознанно наращивая потенциал ситуативного творчества. Это освобождает проектировщика от стереотипических ценностей, паттернов и образов традиционных профессиональных полей и позволяет ему использовать алгоритмы проектирования и методологическую базу дизайна в его современном понимании. С другой стороны, путь для достижения этого уровня лежит уже в особой области дизайн-образования, которая еще нуждается в осмыслении и может быть обозначена лишь пунктирно. Субъект - объектная природа самого процесса творческого самопроектирования затрагивает, как правило, определенную возрастную и профессионально-ориентированную аудиторию. Следовательно, методолого - теоретическая и технологическая базы должны изыскивать свои средства в разнообразных сферах духовного становления личности: освоение начал социальной философии, андрогогики, акмеологии, театральной педагогики и т.д.

### Раздел 3. XXI ВЕК: БЛЕСК И НИЩЕТА ВКУСА

#### Глава 6. Вкус в эпоху глобализации

Явление глобализации можно рассматривать и как феномен постсовременности, и как закономерную реальию процесса эволюции - характеристику завершающего этапа социально-культурного развития эпохи постмодернизма. То, что недавно рассматривалось как эклектика в эстетической теории и практике, сегодня - привычные приметы времени.

Среди синонимических определений современного этапа культуры встречаются следующие: постсовременность, постструктурализм, глобализм, постиндустриальная эпоха, поставангардистская, постинформационная и т.д. Назовем некоторые характерные особенности постсовременности: ориентация культуры одновременно и на «массу», и на «элиту»; влияние искусства на внехудожественные сферы человеческой деятельности и духовной культуры (политику, мораль, религию, образование, и др.); стилевой «плюрализм»; эклектизм, мозаичность, цитирование как основные приемы и методы творчества; ироническая дистанция субъекта от объекта; приемы игры и карнавализации в культуре и т.д. [108].

Информационный взрыв второй половины XX в. породил некоторые знаковые феномены: переход от режима информационного обеспечения к информационному рынку СМИ, их видовая глобализация и региональная концентрация (медиа-холдинги, группы, концерны, издательские дома, информационные центры и др.), продолжающаяся всеобщая компьютеризация, саморазвитие технологий масс – медиа и вхождение во всемирную «паутину» Интернет, в конечном итоге, определившие особые ментальность и виртуальное сознание, технологизацию всех сфер жизни. Стали более очевидными признаки цивилизационной модели общественного развития, с доминирующими материальными началами.

Сегодня «призрак глобализации» образно можно представить как некий гигантский конструкт тотальной коммуникационной системы. В силу неспособности традиционных институтов культуры оперативно реагировать и создавать адекватные времени прогностические модели развития очевидна

недостаточность или незавершенность содержательного заполнения его структурных ячеек. Именно появление там своеобразных «зазоров и пустот» объясняет, на наш взгляд, стихийное заполнение этих институциональных структур серийными паттернами и эрзацами культуры в условиях ее принципиальной коммерциализации и стандартизации жизни [108].

В воображаемой структуре «Культура и искусство» эстетическая теория и художественная практика так же наполняют ее множеством концепций и манифестов, инновационными дефинициями, технологиями и методиками и проч., каждая из которых, как любая новая деятельность или идея, претендует на общезначимость и универсальность.

В культурологических теориях еще в середине XX века проблема определения природы эстетического были признаны не перспективными. Новейшие исследования носят, в основном, прикладной характер. Современная эстетика должна забыть о своей «божественной предназначенности» и стать «эстетикой непредставимого, непредставленного» (Ж. Деррида) или мыслится как интерпретация, отвечающая множественности позиций эстетического восприятия, обладающая тем преимуществом, что открыта свободному поиску, эксперименту (Ф. Гаттари). По мнению Ж.-Ф. Лиотара, на смену традиционной рациональности приходит прикладная плюралистически-эстетическая модель, способная охватить жизненные явления во всей их многомерности, дающая возможность для критически-философской саморефлексии. По версии П. Слотердйка, граница между логическим и эстетическим становится непрочной; процесс восприятия предполагает, в первую очередь, узнавание, и такой акцент на различении (в чувстве, ощущении) и есть эстетика в широком смысле слова [108].

Новейшие теоретические взгляды, тем не менее, подтверждают традиционные эстетические установки о возможности увидеть эстетическое в структуре процесса универсализации человеческой природы как сущности космического порядка. Антропологическая эстетика у Мерло-Понти дополняется герменевтической трактовкой эстетического: эстетическое есть «память чувств», а природа исполнена «человеческого смысла».

Эстетическая интуиция мира обретает особый смысл во время пограничной, кризисной ситуации, когда создается реальная угроза разрушения биогенетических предпосылок человеческого бытия, а природа и космос очеловечиваются. Во всех своих вариантах современная эстетика – экологическая, психоаналитическая, феноменологическая, онтологическая, антропологическая, нейроэстетика создают условия для формирования новых научных школ [108].

Появление новой нетрадиционной проблематики, свидетельствует об изменении конфигурации эстетики как науки, что, в свою очередь, вносит дополнительные смыслы, по иному расставляет акценты в уже, казалось, проработанных блоках знаний. В первую очередь, это относится к эстетическому сознанию и его структуре, побуждая снова обратиться к категориям эстетического отношения, и, особенно, эстетического вкуса.

Сегодня, успешное распространение любых художественных практик, эстетических новаций и технологий базируется на опыте и методологии оперативных средств и форм медиакоммуникативной культуры, политического PR-дизайна, рекламных презентаций. В конце XX - начале XXI вв. зародились основные признаки цивилизационной модели, сложился особый тип культурного потребления, свободно развивались практики и технологии манипулирования общественным сознанием, порождая все новые и новые горизонты индустрии эскапизма по модели «фабрики грез» Голливуда: идеология и ментальность «Общества мечты».

Характерной чертой указанной модели является отсутствие гуманитарного центра, порождающее культурные десимметрии в каждой из структур. В культуре и искусстве исчезло подобие человека и их потребитель также перестает видеть и чувствовать свое подобие. Сама видимость человека подлежала расчленению на элементарные первичные элементы и желания, также как видимость предметов разлагалась на простые символы и значения. Если исчезает чувство гармонии в самой природе и человеке, взамен появляется ощущение конструкции: «...своего рода «слепота в центре», обозначающая десимметрию и недоразумение» (Ф. Джамесон). Их корни связаны с экономическими и политическими

асpekтами глобализации.: «Наряду с глобальными рыночными и глобальными кругооборотами производства появился глобальный порядок, новая логика и структура правления - новая форма суверенитета» (А. Эрьявец). Известно, что противники глобализации подчеркивают ее тотальный имперский характер. «Империя - политический институт, который эффективно регулирует эти глобальные обмены, верховная власть, которая управляет миром и такое понятие Империи, действительно, соответствует текущей ситуации. В оппозиции традиционно-исторического понимания империи как столицы (центра) и провинции (региональных культур), сегодняшняя империя не имеет никакого центра, но имеет ряд центров. Они связаны не с национальными, а с над - национальными основами. Их объединяют общие законы торговли, поведения, производства и потребления культуры, к которым можно добавить так называемые «визуальные» или «виртуальные» средства, посредством чего культурная потребительская продукция стала рыночной для всего мира» (А. Эрьявец). Как воображаемый и виртуальный образ, «слепота в центре» влечет за собой измененные отношения между центром и периферией или их исчезновение. На обыденном уровне это изменение отражено в общем чувстве, что каждый находится на краю, на обочине, в провинции. Часто люди, живущие где-нибудь в Варшаве или Анкаре чувствуют себя маргиналами и считают, что настоящие «события» действительно происходят где-нибудь еще: в Париже, Нью-Йорке, Москве, Токио или Пекине, например, в то время как люди этих городов разделяют то же самое чувство: для них центр - воображаем. Единственное правильное решение состоит в том, чтобы игнорировать понятие центра в целом и приучить нас к факту, что никакой единственный центр больше не существует, как это было в недавнем прошлом [108].

Интеллектуальная мировая глобальная культура окончательно раздроблена и диффузно распространена. Уже не имеют значения наше географическое местонахождение и область профессиональной деятельности: мы объединены в гедонистический мир *culturescape* независимо от того, где мы физически существуем. Точно также эстетическая провинция (при всей относительности этой характеристики)



надеется и верит, что где-то в реальном центре, собственно, и происходят передовые художественно-эстетические процессы, рождается «большой стиль», «большая наука», способные, при желании субъектов оживить, одухотворить, наполнить смыслом свою профессиональную деятельность.

Сегодня возрастает роль оценочной критериальной базы паттернов, образцов, артефактов современного искусства. Существует устойчивое мнение, что современная эстетическая теория (как философия искусства) не в состоянии охватить все многообразие его явлений. Отсюда, возрастает роль элитарной культуры, которая во все времена, при исторической изменчивости и мифологизации ее содержания в каждой эпохе, являлась высшей ценностью и отправной точкой эстетического анализа. В контексте современной полипарадигмальной ситуации чрезвычайно необходима реабилитация доминирующей функции элитарной культуры и искусства как духовного эталона [108].

По отношению ко всем остальным «ведомственным» и «периферийным» культурам элитарная носит характер Центра, независимо от того, притягиваются они к ней или отталкиваются. Она служила некоей общей точкой отсчета, мерой, критерием для этих культур. Они соотносятся прежде всего с ней, и только потом (и редко) – друг с другом. Такой Центр неизбежно становится камертоном, «параметром порядка». Важная особенность этого параметра порядка – состоит в том, что он влияет на все остальные переменные системы, в то время как сам лишь в малой степени поддается их влиянию.

Хотя всегда имеются и обратные влияния маргинальных культур, но их эффект гораздо слабее, поскольку этих влияний много и они уравновешивают и нейтрализуют друг друга. Этой же закономерностью объясняются место и функции элитарной культуры среди других субкультур: служить камертоном, эталоном, точкой отсчета, с которой сопоставляются и относительно которой оцениваются все другие субкультуры.

Культурной рефлексией может быть целенаправленное сохранение данных ориентаций. Элитарные образцы способны оказать тихое, но настойчивое нравственное и эстетическое сопротивление и дают

возможность в локальных социальных и культурных масштабах помочь обществу достойно преодолеть противоречия и искушения времени.

В эпоху духовного оскудения и теперь, в период маргинализации культуры, элитарными могут становиться не какие-то особые ее формы декаданса, вкусов и суждений салонно - аристократической богемы, а просто «нормальное», высоко - профессиональное, традиционно - академическое искусство, культурные школы и образцы, возвышающиеся над ризоматической действительностью.

Так, предшествующее искусство модернизма могло существовать только при условии спора с традиционным искусством, в форме разрушения и эпатажа, казалось бы, незыблемых норм и ценностей «классики».

Теперь иное. В условиях современной полипарадигмальной системы постмодерна, полицентричности культуры доминирующее значение и принципиальную активность получили массовые ее формы, «счастливы» вписавшиеся и в рыночную экономику артбизнеса и максимально использующие современные информационные медийные технологии и, кроме того, максимально поддержанные СМИ. Их коммерческие каналы ориентируют на ими же провозглашенный «плюралистический» вкус масс, явленный виртуально, а значит, якобы существующий и имеющий спрос на масспродукцию. Современной индустрией массовой культуры воссоздана атмосфера всеобщей карнавализации. Институты развлечений и смеховой культуры, свободные от каких-либо ценностных рамок и моральных обязательств сформировали поколение потребителей образцов и продуктов усредненной культуры, не требующих значительных духовных усилий по их восприятию. Потребитель коммерческого искусства и культуры - зритель, слушатель, читатель (социум в целом) формируется и программируется как потенциальный клиент зрелищ, аттракционов, шоу и т.д. Следовательно, как дизайн-проект формируется и соответствующий их уровню заданный вкус.

В ситуации глобальной переоценки ценностей, начавшейся во второй половине XX века, проблема вкуса утрачивает свое значение, точнее уходит в подполье коллективного бессознательного. Но так как

эстетический опыт органически присущ человеческой природе, как единственно позволяющий актуализировать гармонию человека с Универсумом, то нет оснований полагать, что его значимость исчезнет, пока человек остается человеком. И даже если учесть, что в XX веке начался переход от Культуры к чему-то принципиально иному, мы наблюдаем отказ от создания произведений, соответствующих понятию искусства и утверждение новых конвенциональных правил игры в сфере арт - пространства со своей паракатегориальной лексикой, в которой вовсе отсутствует место и функция вкуса. Способность полноценно реализовать эстетический опыт (воспринимать эстетическое во всех его модификациях, наслаждаться произведениями искусства прошедших эпох и всех народов, обладать острым чувством стиля, цвета, формы, звуковой полифонии) переходит на уровень крайне ограниченной элитарности (что, кстати, в истории культуры наблюдалось неоднократно). Магистральное же направление не только в массовой и повседневной культуре, но и в сфере того, что до середины XX века относилось к искусству («изыскным искусствам»), занимают принципиальная «безвкусица», некая конвенциональность, отказывающаяся от вкуса, его воспитания и, соответственно, лишившаяся его.

Как известно, в формировании развитого эстетического вкуса успех зависит от опыта общения с элитарными образцами высокой художественной культуры.

Какими же чертами должна обладать высокая культура, чтобы вернуть себе былое значение и удержать его? Очевидна необходимость овладения современными средствами и технологиями массмедиа с целью позитивного воздействия на аудиторию. Они уже освоены и предлагаются некоторыми СМИ, в рамках программной реабилитации духовной культуры, усиления доминирующего значения вкуса, меры, нормы.

Характерные черты такой культуры уже заложены в самом основании эстетического отношения. Они являются следствием одной корневой черты: большой склонностью к рефлексии субъекта эстетического восприятия, которое, в свою очередь, является началом чувственного, эмоционального, переживательного во вкусе, а при

постоянном положительном алгоритме – создание ценностной вкусовой парадигмы. В этой связи можно назвать основные черты элитарной культуры как основания для одной из ее производных - элитарного вкуса:

1. Способность к самоусовершенствованию – социально-культурное и психологическое следствие обратной связи. Она может быть положительной, усиливающей - по отношению к одним признакам, и отрицательной, критической, подавляющей – по отношению к другим, но и то и другое служит основанием продвижения к совершенству, укреплению достоинств, устранению недостатков.

2. Повышенная устойчивость, обусловленная высоким уровнем самосознания.

3. Высокая сложность, концептуальность, интеллектуализм объекта освоения - одно из следствий устойчивости, стабильности и условие длительного существования культуры. Неустойчивые субкультуры просто не успевают усложниться.

4. Способность ассимилировать, интерпретировать, стилизовать другие более низкие и менее сложные субкультуры.

5. Высокая трудность освоения образцов и паттернов элитарной культуры – следствие их сложности.

6. Большая склонность к дистанцированию от других культур как обратная сторона большой устойчивости.

Несмотря на чрезвычайное усложнение кроссферных социально-культурных взаимодействий и глобальных изменений в духовных наполнениях эпохи, сущность эстетического остается неизменной. По нашему мнению, «эстетическим» может быть только «отношение», которое не может существовать как какая-то особая эстетическая деятельность, как и не существует особая локальная область или объект этого эстетического отношения и эстетического восприятия. Но в то же время, эстетическая реакция (как чувственное, эмоциональное, переживательное отношение) может возникнуть (а может и не возникнуть) при восприятии любого объекта, так и любая деятельность на субъектном уровне может иметь эстетический аспект или не иметь его, исходя из их контекста или ситуационных характеристик реализации.

**Резюме.** Перенос художественного во внехудожественные сферы человеческой деятельности – делают незначимым различия вкуса на художественную и эстетическую парадигмы. Создаваемое средовое пространство формируется дизайном в эстетических параметрах: проектируется заданная эмоциональная реакция на концептуальную новизну ощущений у «совокупного заказчика». Инструмент его оценивания – вкус – постепенно становится гомогенным (продуктом «коллективного бессознательного»). Сияющий хаос новизны делает не востребованным высокий вкус элиты (как «директивных» паттернов). Образо – жизненная среда формируется на основе профессионально-усредненного вкуса конвенционального сообщества региональных дизайнов, проектно- композиционные воплощения которых не оставляют «зазоров» для вкусового творчества.

#### **Глава 7. Вкус в киберпространстве: дека вю кэмп или нон-финито «нет арта»**

Начнем с примера. В научной литературе описывалось как человек, известный «Пациент НМ» (Генри Молашен), почти всю жизнь провёл в клиниках и лабораториях. В раннем возрасте после сотрясения мозга он перенес операцию и потерял возможность запоминать что-либо. Его мозг удерживал явление или зрительный образ в памяти только 10 минут. Он как художник, который делает набросок рисунка, и сразу его уничтожает, и начинает делать другой». Его мозг изучали 50 лет. Он был единственным человеком, который жил с таким синдромом — не мог ничего запоминать. После смерти пациента в Калифорнийском университете обнаружили, что секрет в том, что при той операции была удалена часть мозга в 5 см. Дальнейшие опыты, когда специальным инструментом монотонно снимали слой за слоем по 70 микрон показали, что каждый слой – есть ежедневная информация – зрения, вкуса, слуха – и каждый будто добавляет слои на слоеный пирог своих воспоминаний, и от этого он становится все толще и толще. Именно поэтому мы не можем вернуться к своим воспоминаниям со 100-процентной точностью, мы продолжаем записывать новые слои. А тот человек — не мог. Кстати, что-то подобное описано в притче о манкуртах у Чингиза Айтматова в «Буранном полустанке».

Данный пример мы привели для того, чтобы перейти от вкуса в «реальности» к вкусу в «киберреальности» виртуального пространства. Думается, что каждый информационный «слой» сети похож на описанные слои мозга памяти. Недолгий этап компьютерной эры еще не позволяет судить о качестве, совершенстве, длительности, ценности искусственных сред. Информационные слои подчас анонимного воздействия на субъектном уровне могут быть по-разному наполнены, иметь разную ценность для памяти сознательного и бессознательного накопления, что-то будет продуктивно освоено, что-то окажется пустым, а что-то окаменеет как жертва Медузы.

Виртуальная реальность в искусстве - созданная компьютерными средствами искусственная среда, в которую можно проникать, меняя ее изнутри, наблюдая трансформации и испытывая при этом ощущения реального бытия. Попав в этот новый тип все совершенствующейся аудиовизуальной реальности, можно уже вступать в контакты не только с другими людьми, но и с искусственными персонажами. Понятие «виртуальный мир» воплощает в себе двойной смысл — мнимость, кажимость, возможность и истинность. Технологические достижения последних лет заставили по-иному взглянуть на виртуальный мир и существенно скорректировать его классическое содержание. Специфика современной виртуальности заключается в интерактивности, позволяющей заменить мысленную интерпретацию реальным воздействием, материально трансформирующим художественный объект. Превращение зрителя, читателя из наблюдателя в сотворца, влияющего на становление произведения и испытывающего при этом эффект обратной связи, формирует новый тип эстетического сознания. Модификация эстетического созерцания, эмоций, чувств, восприятия связана с шоком проницаемости эстетического объекта, утратившего границы, целостность, стабильность и открывшегося воздействию множества интерартистов-любителей. Суждения о произведении как открытой системе теряют свой фигуральный смысл. Герменевтическая множественность интерпретаций сменяется мультивоздействием, диалог — не только вербальным и визуальным, но и чувственным, поведенческим полилогом пользователя с

компьютерным изображением. Роли инициатора сообщения и публики смешиваются, сетевые способы передачи информации смещают традиционные пространственно-временные ориентиры. Новая эстетическая картина виртуального мира отличается отсутствием видимым отсутствием хаоса, как бы идеально упорядоченной выстроенностью, сменившей постмодернистскую игру с хаосом. Минимо-подлинность виртуальных артефактов лежит в основе многообразных эстетических опытов с киберпространством. В продвинутом экспериментальном искусстве «дигитальная революция» наиболее бурно протекает в кинематографе. Дигитальный экран, электронные спецэффекты во многом изменили традиционную киноэстетику. Так, если в компьютерной графике, позволяющей обойтись без дорогостоящей бутафории, момент искусственности иронически обыгрывается, то в компьютерном (нелинейном, виртуальном) монтаже, заменяющем последовательную организацию кадров их многослойным наложением друг на друга, искусственность трюков тщательно камуфлируется. Морфинг как способ превращения одного объекта в другой путем его постепенной непрерывной деформации лишает форму классической определенности. Становясь текучей, оплазмированной в результате плавных трансформаций, неструктурированная форма воплощает в себе снятие оппозиции классической эстетики прекрасное — безобразное. Возникающие в медиаантре результате морфинга трансформеры свидетельствуют об антииерархической неопределенности виртуальных эстетических объектов. Компоузинг, заменяющий комбинированные съемки, позволяют создать иллюзию непрерывности переходов, лишенных «швов»; «заморозить» движение; превратить двухмерный объект в трехмерный; или даже показать в кадре след от предыдущего образа; создать и анимировать тени и т. д. Виртуальная камера функционирует в режиме сверхвидения, манипулируя остановленным «вечным» временем, дискретностью бытия, проницаемостью, взаимовложенностью вещного мира. Немалую роль играют и новые способы управления изображением — возврат, остановка, перелистывание и т. д. Эстетический эффект такого рода новаций связан со становлением новых форм художественного видения,

сопряженных с полимодальностью и парадоксальностью восприятия, основанных на противоречивом сочетании более высокой степени абстрагирования с натуралистичностью; многофокусированностью зрения; ориентацией на оптико-кинетические иллюзии «невозможных» артефактов как эстетическую норму. В качестве суперсимулякров выступают искусственно синтезированные методом сканирования виртуальные актеры. Возможность римейка киноидолов прошлого либо создания фантомных персонажей, не имеющих прототипов, позволяющая обойтись без живых актеров, радикально меняет не только процесс видеопроизводства, но и воздействует на творческий процесс: исчезновение «сопротивления материала» реальности, позволяющее погрузиться в область чистой фантазии, переструктурирует соотношение рационального и иррационального, конкретного и абстрактного, коллективного и индивидуального, усиливая концептуально-проектное начало творчества. Традиционные этапы создания – анализ, эскизирование, воплощение – здесь сливаются и напоминают «пластилиновые поиски» в известном мультфильме. Так заменен процесс создания пластических форм, которые предполагали предварительный образный замысел и достаточно убедительный реальный акт воплощения. Тенденции виртуализации характерны также и для других видов искусства. Восходя к ветвящимся сюжетам, ризоматике и интертекстуальности, гиперлитература оперирует не текстами, но текстопорождающими системами. Заданный автором виртуальный гипертекст может быть прочитан лишь с помощью компьютера, благодаря интерактивности читателя, выбирающего пути развития сюжета, «впускающего» в него новые эпизоды и персонажи и т. д. В области массовой культуры и в прикладной сфере на основе виртуальной культуры возникла индустрия интерактивных развлечений и услуг нового поколения, обыгрывающая принцип обратной связи и эффект присутствия — многообразные видеоигры, рекламные видеоклипы, виртуальные сексодромы, ярмарки, телешопинги, интерактивные образовательные программы, электронные тренажеры, виртуальные конференц-залы, ситуационные комнаты и т. д. Массовая постпродукция (игрушки, гаджеты, воспроизводящие популярные кинс— и



телеперсонажи и др.) спровоцировала своеобразную ролевую метаморфозу, превратив искусство в своего рода виртуальную рекламу подобных товаров. Анализ специфики виртуальности в различных видах и жанрах искусства приводит к выводу о связанных с ней существенных трансформациях эстетического восприятия. Именно восприятие, а не артефакт, процесс, а не результат сотворчества, оказываются в центре теоретических интересов. Наиболее значимы в концептуально-методологическом плане процессы виртуализации психологии восприятия: флуктуация, конструирование, навигация, персонификация, имплозия, адаптация. Прорастающая в жизнь виртуальная реальность - одновременно итог и генератор космологических фантазий, грандиозных утопий и антиутопий конца XX в., идей современной «транзитной» цивилизации, неопределенности путей ее развития, «конца истории», нового синкретизма «компьютерной соборности». Такой социокультурный контекст стимулирует разработку концепций виртуальной культуры XXI в., идущей на смену эпохе письменности. Неоднозначное, противоречивое воздействие виртуальной реальности на мир эстетического подтверждает идеи обратимости культурного континуума. Ведь компьютерная эстетика при всей изощренности своего инструментария, полижанровости и полистилистике, на новом технологическом уровне во многом возрождает эстетику волшебных сказок и театральных чудес, мельесовскую концепцию кинематографа. Однако, едва войдя в виртуальный художественный мир, современный человек начинает поиск его границ и ориентации в пространстве-времени мироздающей культуры. Такого рода навигирование эстетической мысли представляется перспективным как для теории, так и для художественной практики [63].

Процесс формирования и конкретизации вкусовых ориентаций продуктивен через образ «слоев памяти», слагаемых из кумулятивного субъектного и социального опыта. Они в свою очередь напоминают «слои» и в том числе фигуративных композиционных начал, значимых для рационального освоения, как и наполнение эмоционально-интеллектуальных «ячеек» бессознательного.

И здесь снова неизбежно возникает проблема памяти - дежавю - психологическое состояние, при котором человек ощущает, что он когда-то уже был в подобной ситуации, однако это чувство не связывается с определённым моментом прошлого, а относится к «прошлому вообще». Состояние дежавю во вкусе подобно повторному перечитыванию давно прочтённой книги или просмотру фильма, который вы раньше смотрели, но уже совершенно забыли, о чём они. Вы не можете вспомнить, что произойдёт в следующее мгновение, но по ходу событий понимаете, что в деталях видели эти несколько минут в качестве реакции на несколько последовательных событий. Вся сила переживания дежавю состоит в ощущении, словно были сотни вариантов, как мог пройти этот момент, но вы как будто предпочли все предшествующие действия (правильные или неправильные для вас), в результате которых вам было «предначертано» оказаться именно в этой ситуации и этом месте. И это заставляет вас на уровне оперативного импульса оценивать, судить что-то сделанное или руководствоваться при действиях, требующих или несущих какой-либо композиционный компонент.

Впечатление от дежавю может быть таким сильным, что воспоминания о нём могут сохраниться на годы. Однако, как правило, человеку не удаётся восстановить в памяти никаких подробностей о тех событиях, о которых, как ему кажется, он помнил, когда испытывал дежавю. Это состояние сопровождается деперсонализацией: реальность становится расплывчатой и неясной. Пользуясь терминологией Фрейда, можно сказать, что наступает «дереализация» личности — как бы отрицание её реальности. Бергсон определял его как «воспоминание о настоящем»: он считал, что восприятие реальности в этот момент внезапно раздваивается и отчасти как бы переносится в прошлое. Дежавю достаточно распространённое явление; исследования показывают, что до 97 % здоровых людей испытывали это состояние по крайней мере один раз в жизни, а больные эпилепсией значительно чаще. Однако его не удаётся вызвать искусственно и каждый конкретный человек его испытывает редко. По этой причине

научные исследования дежавю затруднены. Причины явления точно не установлены, считается, что оно может быть вызвано взаимодействием процессов в областях мозга, отвечающих за память и восприятие. Существует гипотеза, что при возникновении дополнительных нейронных связей воспринимаемая информация может поступать в область памяти раньше, чем в аппарат первичного анализа. Поэтому мозг, сравнивая ситуацию с её копией, уже поступившей в память, приходит к выводу, что это уже было. Уже определено, что фактической причиной эмоционального переживания является наслаивание друг на друга двух ситуаций: некогда пережитой во сне и переживаемой в настоящем. Условием такого наслаивания является изменение структуры времени, когда будущее вторгается в настоящее, тем самым, обнажая для человека его глубинный экзистенциальный проект, при этом само настоящее как таковое «растягивается», и уместает в себе одновременно как прошлое, так и будущее. В настоящее время разумным можно считать предположение, что эффект дежавю может быть вызван предварительной подсознательной обработкой информации, например, во сне. В тех случаях, когда человек встречает в реальности ситуацию, предварительно уже «обдуманную и проигранную подсознанием» во сне, и удачно смоделированную мозгом, достаточно близкую к реальному событию, и возникает дежавю. Творческая интерпретация этого феномена наиболее ярко проявилась в творчестве Андрея Тарковского, в частности, в его фильме «Зеркало». Автобиографические моменты воспоминаний сливаются не только с возникающими реминисценциями памяти родителей, но и судьбоносными образами Родины и мира.

Остановимся на некоторых моделях совпадения культуры постмодернизма и ситуации современного бытования вкуса. Проблема хаоса информации в компьютерном мире решается также виртуально. В действительности эта информационная сеть осознается как псевдоупорядоченная и якобы функционирующая по очевидным правилам с просчитанным и ожидаемым эффектом. В отечественном медиапространстве одновременно присутствуют разные по масштабу - традиционные и инновационные образы, формируя некоторую кочующую

духовную культуру, как вкус и послевкусие, как сознательный выбор (рацио вкуса) и интуитивное, подсознательное «оно» (воспринимаемое, однако, как имманентно присущее субъекту).

Для обозначения ситуации наиболее подходят несколько дефиниций из эстетического словаря постмодерна. Первое из них – кэмп. Этот термин, означает специфический изощренный эстетский вкус и лежащую в его основе специально культивируемую чувствительность, особое эстетическое чувство, ориентированное на все неестественное, преувеличенное до гротеска, иногда вульгарное и грубое, часто шокирующее обывательский вкус, манерное, кичевое, нередко вульгарное, пошлое, безнравственное, порнографическое, но часто — и предельно утонченное в своем эстетизме (уайльдовское) - как в жизни, так и в искусстве. Кэмп, как пишет одна из его приверженцев и теоретиков Сьюзен Зонтаг, — это «дендизм в век массовой культуры», извращенный эстетизм XX в., подхлестываемый в обществах изобилия постоянной угрозой пресыщения. Сегодня сторонниками этого вкуса выступают люди не только гомосексуальной ориентации. Стандарты кэмпа - повышенная театральность, искусственность, фривольность, манерность, стилизация. Истоки кэмпа его приверженцы видят в итальянском маньеризме, в изощренном вкусе создателей многих видов и направлений европейского искусства XVII-XVIII вв., в эстетизме XIX в. (особенно — в живописи прерафаэлитов), в ар нуво (стиле модерн) рубежа XIX-XX в. Такие виды искусства, как классическая опера, балет, кинематограф первой половины века, многие кинозвезды считают неисчерпаемым источником творческой энергии кэмпа за их принципиальную искусственность. Идеальными образцами кэмпа его поклонники считают, например, оперы Беллини, «Трубадур», «Лебединое озеро», «Саломею» Висконти, «Кинг-Конг» Шедсака, графику Обри Бердслея, архитектуру Гауди, банальную красоту Греты Гарбо, пышную женственность Джини Лоллобриджиды и т.п. Андрогинность является одним из сильных эмоциональных стимулов кэмпа (отсюда его внимание к прерафаэлитам, балету, ар нуво); но также и противоположное — многократно преувеличенные сексуальные характеристики партнеров и фантастические сексуальные практики,

типичные для порно-продукции. Кэмп возводится почти на уровень культа его поклонниками и обладает для них некоей герметической семантикой, недоступной профанам. Кэмп «есть вид извращения, при котором используют цветистую манерность для того, чтобы породить двойную интерпретацию» - Зонтаг С. Игра и предельная серьезность, экстравагантность и наивность, пошлость и эстетизм — антиномические характеристики кэмпа. Это предельно извращенный и по-своему утонченный эстетизм пост-культуры, последний этап эстетизма [63]. По существу, кэмп иллюстрирует одно из очевидных явлений постмодерна — слияние массовой и элитарной культур. Причем, сегодня это — целая профессиональная сфера деятельности и особая проектная компетенция не только творцов традиционного и актуального искусства, но и целого корпуса организаторов коммерческого обеспечения успеха и удовлетворения социально-культурных ожиданий — менеджеров, кураторов, продюсеров и т.д., представителей, т.н. арт-номенклатуры.

Следующее понятие проектной культуры - *нон-финито* (итал. *non-finito* — незаконченное) - концепция, возникшая в западноевропейской эстетике в 50-60 гг. XX в. Суть ее сводится к тому, что художник далеко не всегда доводит свое произведение до полной «логической» завершенности (как правило, в области формы), а оставляет его в стадии определенной недосказанности, открытости для субъекта восприятия. Этим активизируется психика реципиента, возбуждается его фантазия, повышается уровень его сотворчества в акте эстетического восприятия. Теоретики *нон-финито* считают, что полное «завершение» произведения искусства осуществляется только в процессе его восприятия. Многие художники XX в. часто сознательно использовали в своем творчестве эффект незавершенности; однако примеры, как правило, бессознательного его применения можно найти и в истории искусства (особенно в искусстве древних народов; но также у Микеланджело и других мастеров Нового времени). Новая для западноевропейской эстетики концепция «незавершенности», «недосказанности», открытости «формы» лежала в основе многих направлений восточных эстетик (особенно *чань* (дзэн) - буддизма); вообще характерна для художественного мышления различных

культур Востока. В западном искусстве она стала регулярно ощущаться с импрессионизма, особенно сильно проявилась у некоторых дадаистов и в постмодернизме [63].

Позитивно осмысляя ситуацию глобалистики и схему виртуального конструкта культуры, описанный в 6 главе можно рассмотреть еще один, последний феномен постмодернизма – нет-арт. Это новейший вид искусства, современных арт-практик, развивающийся в компьютерных сетях, в частности, в сети Интернет (www). Его исследователи в России, вносящие вклад и в его развитие, О.Лялина, А.Шульгин считают, что суть нет-арта сводится к созданию коммуникационных и креативных пространств в Сети, предоставляющих полную свободу сетевого бытия всем желающим. Поэтому суть нет-арта - не репрезентация, а коммуникация, и своеобразной арт-единицей его является электронное послание. Различают, по крайней мере три этапа развития нет-арта, возникшего в 80-е — 90-е гг. XX в. Первый, когда начинающие художники Сети создавали картинки из букв и значков, имеющихся на клавиатуре компьютера. Второй начался, когда в Интернет пришли художники андеграунда и просто все желающие показать нечто из своего творчества. Появилась масса электронных галерей, салонов, кинотеатров, которые внесли в Сеть продукцию внешнего мира, не органичную Сети, использовали ее как посредник. Следующий этап состоял в освоении специальными сетевыми художниками собственно выразительных возможностей Сети, как некоего электронного энвайронмента или виртуальной реальности, внутри которых необходимо творить так, как невозможно работать в реальном мире. Появилась первая сетевая литература, построенная на принципах гипертекста, особые визуальные зоны нет-арта, активно вовлекающие в их организацию реципиентов, сидящих перед своими компьютерами и т. п. Компьютерные игры также представляют собой один из аспектов нет-арта. Один пример нет-арта. Известный в Сети нет - артист Хит Бантин установил на центральных улицах Дублина, Токио, Лондона, Лос-Анжелеса телекамеры, связав каждую из них с определенной веб-страницей. Любой посетитель этого сайта из любой точки земного шара, заметивший какие-то беспорядки на

данной улице, может тотчас информировать полицию данного города с этой же веб-страницы. Главной особенностью нет-арта на сегодня, как и пост-культуры в целом, является принципиальное отсутствие четкого разграничения искусства и не искусства. Основными характеристиками его являются неутилитарность, прямой контакт между художником и реципиентом, интерактивность, свобода бытия в киберпространстве, коммуникационность [63]. Отвечая на вопрос: вкус в киберпространстве – это дежавю кэмп или нон-финито «нет-арта», нам представляется, что скорее у нет-арта большее будущее в процессе формирования именно вкусовых ценностей поколений.

Почему мы заканчиваем наш разговор о вкусе именно на примере «нет-арта»? Дело в том, что проблематизация современной культурной ситуации сама по себе не может быть законченной и носит открытый характер. Процесс оценить изнутри нельзя или очень трудно, т.к. сам индивидуальный или совокупный субъект находится внутри его с разной возможностью теоретической рефлексии. Абстрагирование и прогнозирование имеют здесь границы. Однако, все приведенные выше исторические (кроме искусствоведческих) эстетические теории, определяющие вкус и культуру – каждый раз - есть размышления теоретиков именно «изнутри» своих эпох. Поэтому, те примеры, которые были указаны нами ниже, на наш взгляд, составляют приметы новой культурной парадигмы: внимание к восточным эстетическим практикам, японской поэтике нон-финито, открытые системы киберпространства, принципиальная незавершенность решений и самостроительства нон-дизайна и др.

## Литература

1. *Аристотель*. Сочинения [Текст]: В 4 т. М.: Мысль, 1984. Т. 4. 832 с.
2. *Арнхейм Р.* Искусство и визуальное восприятие [Текст]. М.: Прогресс, 1974. 392 с.
3. Американская философия искусства [Текст]: антология /Б.Дземидок, Б. Орлов. Екатеринбург: Деловая книга; Бишкек: Одиссей, 1997. 320 с.
4. *Аньчжи Ч.* История китайской живописи [Текст]. Пер. с англ. М.: Феникс, 2008. 352 с.
5. *Банфи А.* Философия искусства [Текст] /К.М. Долгов. М.: Искусство, 1989. 384 с.
6. *Басин Е.Я.* «Двуликий Янус»: о природе творческой личности [Текст]. М.: Магистр, 1996. 172 с.
7. *Белізеров С.М.* Организация внутреннего мира человека и общества: теория и метод композиций [Текст]. М.: Алетея, 2002. 768 с.
8. *Белоусова Т.* Хороший вкус у нас в кармане [Текст] /Т. Белоусова. М.: АСТ; СПб.: Астрель-СПб, 2006. 174 с.
9. *Берк Э.* Философское исследование о происхождении наших идей возвышенного и прекрасного [Текст]; пер. с англ. М.: Искусство, 1979. 237 с.
10. *Бессонов Е.Г.* Основания для введения понятия эстетического вкуса общества // Проблема человека: гуманитарные аспекты. Ч.1. СПб., 2003. С.36-39.
11. *Бондаренко В.* Эстетика дурного вкуса [Текст] /В. Бондаренко. Самара: ООО «Офорт», 2006. 218 с.
12. *Борев Ю.* Эстетика [Текст]. 4-е изд., доп. М.: Политиздат, 1998. 496 с.
13. *Борисов С.В.* Эстетические ценности и эстетический вкус: философский аспект // Вестн. Челябин. ун-та. Сер. 1, История. № 2. Челябинск, 2003.
14. *Борисовский Г.Б.* Эстетика и стандарт [Текст]. М.: Изд-во стандартов, 1989. 192 с.
15. *Бронштейн А. И.,* Вкус и обоняние [Текст]. М.- Л., 1956; Olfaction and taste, v. 1-3, Oxf.-1963-69.
16. *Бычков В.* Эстетика [Текст]: учебник. М.: Гардарики, 2002. 556 с.
17. *Васильев А.* Эпюды о моде и стиле [Текст] /А. Васильев. М.: Альпина нон-фикшн; Глагол, 2008. 560 с.
18. *Ваништейн О.* Денди: мода, литература, стиль жизни [Текст]. М.: Новое литературное обозрение, 2006. 640 с.
19. *Власов В., Лукинина Н.* Авангардизм. Модернизм. Постмодернизм. [Текст]: терминологический словарь. СПб.: Азбука-классика, 2005. 320 с.
20. *Волкова Е.В.* Производство искусства в мире художественной культуры [Текст]. М.: Искусство, 1988. 240 с.
21. *Волье Г.* Критика вкуса [Текст]; пер. итал./К.М.Долгов. М.: Искусство, 1979. 351 с.
22. *Выгодский Л.С.* Психология искусства [Текст] М.: Искусство, 1986. 378 с.
23. *Гадамер Г.-Г.* Истина и метод: основы философской герменевтики [Текст]. М.: Прогресс, 1988. 695 с.
24. *Гегель Г.В.Ф.* Эстетика [Текст]: В 4 т. М.: Мысль, 1968. Т. 1. 326 с.



25. *Гольдрист С.С., Гальперин М.П.* Специфика эстетического сознания [Текст]. М.: Знание, 1974. 103 с.
26. *Грациан Б.* Карманный оракул [Текст]. Ростов-н/Д.: Изд-во Ростов. ун-та, 1991. 96 с.
27. *Даниэль С.* Искусство видеть [Текст]. Л.: Искусство, 1990. 223 с.
28. *Дизайн: иллюстрированный словарь-справочник* [Текст] / Г.Б. Минервин, В.Т. Шимко. М.: Архитектура-С, 2004. 288с.
29. *Дмитриева Н.А.* Вопросы эстетического воспитания [Текст]. М.: Искусство, 1956. 208 с.
30. *Егоров А.* Проблемы эстетики [Текст]. М.: Советский писатель, 1974. 416 с.
31. *Еремеев А.Ф.* Лекции по марксистско-ленинской эстетике: природа эстетических модификаций. Ч.4. Свердловск, 1975. 271 с.
32. *Еремеев А.Ф.* От «события» - к «со-бытию» // М.М. Бахтин: Эстетическое наследие и современность [Текст]: сб. науч. тр. Саранск, 1992. С. 19-98.
33. *Закс Л.А.* Художественное сознание [Текст]. Свердловск: Урал гос. ун-т, 1990. 212 с.
34. *Зись А.А.* Конфронтации в эстетике [Текст]. М.: Искусство, 1980. 239 с.
35. *Ильин И. А.* Одинокий художник [Текст] /В.И. Белов. М.: Искусство, 1993. 348 с.
36. *Имиджелогия: как нравиться людям* [Текст] /В.М. Шепель. М.: Народное образование, 2002. 576 с.
37. *История эстетической мысли: в 6-ти т.* [Текст]. М.: Искусство, 1982.
38. *Каган М.С.* Лекции по марксистско-ленинской эстетике [Текст]; изд-е 2-е, расшир. и перераб. Л.: Изд-во Ленингр. ун-та, 1976. 765 с.
39. *Кант И.* Критика способности суждения [Текст]. М.: Искусство, 1994. 367 с.
40. *Кант И.* Собрание сочинений [Текст]: в 8 т.т. Т.5. М.: Мысль, 1994. 564 с.
41. *Кассиль Л.* Дело вкуса [Текст]: заметки писателя. М.: Искусство, 1964. 134 с.
42. *Кашаев В. Е.* Художественный вкус: (социально-эпистемологические и психологические проблемы): [монография] / В. Е. Кашаев ; Московский гос. технический ун-т "МАМИ" М., 2006.
43. *Климова Г.П.* Вкус в полипарадигмальной системе (по работам М.М. Бахтина) //Диалог. Карнавал. Хронотоп.- Отчет о X Международной Бахтинской конференции в Гданьске. – Минск, 2001. №3. -- С.64-66.
44. *Климова Г.П.* Воспитание художественно-эстетического вкуса: качественный аспект // Квалиметрия человека и образование: Материалы УШ Симпозиума по квалиметрии. Ч.Ш. Методология и практика. - М.: Иссл. центр проблем качества подгот. спец-ов, 1999. – С.52-63.
45. *Климова Г.П.* Воспитание эстетического вкуса средствами изобразительного искусства: автореф. дис. на соиск. учен. степ. канд. пед. наук : 13.00.01 / Г. П. Климова ; Урал. гос. проф.-пед. ун-т. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. проф.-пед. ун-та, 1996. 27 с.
46. *Климова Г.П.* Изобразительное искусство как средство формирования эстетического вкуса личности //Человек в мире культуры - Пермь: Изд-во ПОИПКРО, 1997. – С.45-47.

47. *Климова Г.П.* Интерьер как портрет вкусов заказчика и дизайнера [Текст] //Дизайн интерьера: структура, содержание и перспективы развития специализации: науч.-метод. пособие. Екатеринбург: Рос.гос. проф.-пед.университет, 2009.С. 48-52.
48. *Климова Г.П.* Китч, признаки китча в интерьере [Текст] / Дизайн интерьера: структура, содержание и перспективы развития специализации: науч.-метод. пособие. Екатеринбург: Рос.гос. проф.-пед.университет, 2009.С. 127-130.
49. *Климова Г.П.* Социокультурные основания эстетического вкуса // Творчество и культура. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. ун-та, 1997. – С. 125-127.
50. *Климова Г.П., Климов В.П.* Диалоговая культура эстетического вкуса // Бахтинские чтения: Наследие М.М.Бахтина в контексте мировой культуры. - Орел. – 1997. – С. 79-84.
51. *Климова Г.П., Климов В.П.* Имидж-дизайн или дизайн имиджа: к постановке проблемы //Дизайн костюма. Структура, содержание и перспективы развития специализации: научно-методич. пособие. – Нальчик: Изд-во Каб.-Балк.ун-та, 2008.- С.103-108.
52. *Климова Г.П., Климов В.П.* Культуротворческая парадигма элитарной меры как условие воспитания эстетического вкуса / Педагогическая культурология: теоретические, методологические и методические основы формирования и развития педагогической культуры: Материалы науч. конф., 15-16 апреля 2004г. – Уфа: Изд-во Башкир. пед. ун-та, 2004. – С.138-141.
53. *Климова Г.П., Климов В.П.* Мера как критерий эстетического вкуса // Интеграционные процессы в педагогической теории и практике. – Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. проф.-пед. ун-та, 1998. - С.77-79.
54. *Климова Г.П., Климов В.П.* Парадоксы вкуса //Дизайн костюма. Структура, содержание и перспективы развития специализации: научно-методич. пособие. – Нальчик: Изд-во Каб.-Балк.ун-та, 2008. - С.32-36.
55. *Климова Г.П., Климов В.П.* Социально-психологические основания тоталитарного вкуса в 20-30-е годы // Интеллигенция России в истории XX века: неоконченные споры. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. ун-та, 1998. – С.92-94.
56. *Климова Г.П., Климов В.П.* Элитарная культура как акмеологическое условие формирования развитого эстетического вкуса // Акмеология общего и профессионального образования: Материалы Регион. науч.-практ. конф., 6-7 апреля 2004г. – Екатеринбург: Изд-во Рос.проф.-пед.ун-та, 2004.- С.106-111.
57. *Коган Л.Н.* Художественный вкус: опыт конгр.-социол. исследований [Текст] /Л.Н. Коган. М.: Просвещение, 1966. 234 с.
58. *Костяев А. И.* Вкусовые метафоры и образы в культуре [Текст]. М.: Изд-во ЛКИ, 2007. 160 с.
59. Краткий словарь терминов по психологии и педагогике [Текст] /В.Т. Юсов, С.И. Янаев. М.: АЭБ МВД России, 2005. 73 с.
60. Критерии и суждения в искусствоведении [Текст]: сб. статей /В.М. Полевой. М.: Советский художник, 1986. 447 с.
61. *Крюковский Н.* Логика красоты [Текст]. Минск: Наука и техника, 1965. 463 с.
62. *Лармин О.* Искусство и молодежь [Текст]: эстетические очерки. М.: Молодая гвардия, 1980. 191 с.
63. Лексикон неоклассики. Художественно-эстетическая культура XX века [Текст] / В. В. Бычков. М.: Рос. полит. энциклопедия, 2003. 607 с.

64. Лосев А.Ф. История античной эстетики: В 2 кн. [Текст]. М.: Искусство, 1992.
65. Лукин И.П. Эстетический вкус: социологический подход [Текст] //Социология культуры. М., 1975. вып.2. С. 48-83.
66. Лукьянин В.П. Эстетический вкус как концентрация человеческого опыта [Текст]. //Эстетику в жизнь. Сб. 4. Свердловск. 1973. С. 27-35.
67. Маркс К., Энгельс Ф. Из ранних произведений [Текст]. М.: Госполитиздат, 1956. 479 с.
68. Маркс К., Энгельс Ф. Об искусстве [Текст] в 2-х тт. Т.1. М.: Искусство, 1955. 575 с.
69. Мартынов Ф.Т. Основные законы и принципы эстетического формообразования и их проявление в архитектуре и дизайне [Текст]: учеб. пособие. Екатеринбург: Урал. арх.-худ. ин-т, 1992. 110 с.
70. Массовая культура [Текст]: учеб. пособие /К.З. Акопян, А.В. Захаров, С.Я. Кагарлицкая. М.: Альфа-М; ИНФРА-М, 2004. 304 с.
71. Молод Ф., Тезоро Д. Джентльмен: руководство по основным манерам, здравому смыслу и недостаткам [Текст]. М.: Сталкер, 1997. 448 с.
72. Молчанова А.С. К вопросу о психологической природе эстетического вкуса [Текст] //Проблемы эстетического воспитания и современность. М., 1963. С. 43-77.
73. Молчанова А.С. На вкус, на цвет... [Текст]: теоретический очерк об эстетическом вкусе. М.: Искусство, 1965. 200 с.
74. Молчанова А.С. Эстетический вкус как культура восприятия [Текст] // Ученые записки Томского университета, № 52, 1964. С. 148-163.
75. Наумов С.А. Эстетический вкус, его воспитание [Текст]. Н. Новгород, 1997. 134 с.
76. Ницше Ф. Сочинения: В 2 т. [Текст] М.: Мысль, 1990.
77. Норенков С.В. Архитектоническое искусство [Текст]. Нижний Новгород: Волго-Вятское кн. Изд-во, 1991. 199 с.
78. Овсянников М.В. История эстетической мысли [Текст]: учеб. пособие. М.: Высш. шк. 1984. 336 с.
79. Ортега-и-Гассет Х. Эстетика. Философия культуры [Текст] /Г.М. Фридендер. М.: Искусство, 1991. 588 с.
80. Пави П. Словарь театра [Текст]: пер. с фр. М.: Прогресс, 1991. 504 с.
81. Петроний. Арбитр [Текст]. М.: Правда, 1991. 398 с.
82. Поспелов Г.Н. Эстетическое и художественное [Текст]. М.: Изд-во Моск. ун-та, 1965. 360 с.
83. Разумный В.А. О хорошем художественном вкусе [Текст]. М.: Наука, 1961. 64 с.
84. Рубинштейн С.Л. Бытие и сознание: о месте психического во всеобщей взаимосвязи явлений материального мира [Текст]. М.: АН СССР, 1957. 328 с.
85. Руубер Г.Э. О закономерностях художественного визуального восприятия [Текст]. Таллин: Велгус, 1985. 344 с.
86. Рябов В.Ф. Искусство как общественная потребность [Текст]. Л.: Художник РСФСР, 1977. 206 с.

87. Семиотика и искусствове́метрия [Текст]: сб. переводов /Под ред. Ю.М. Лотмана, В.М. Петрова. М.: Мир, 1972. 364 с.
88. *Скатерников В.К.* Твой эстетический вкус [Текст]. М.: Знание, 1963. 132 с.
89. *Столлович Л.Н.* Природа эстетической ценности [Текст]. М.: Политиздат, 1972. 271 с.
90. *Столлович Л.Н.* Красота. Добро. Истина: очерк истории эстетической аксеологии [Текст]. М.: Республика, 1994. 464 с.
91. *Турук Г.П.* Распознавание художественных вкусов [Текст]. М.: Совершенство, 1999. 168 с.
92. *Фарр К.* Ваш персональный стилист [Текст]. Пер. с англ. М.: Астрель: АСТ, 2007. 253 с.
93. *Философский словарь* [Текст] / Под ред. И.Т. Фролова. 4-е изд. М.: Политиздат, 1981. 445 с.
94. *Фохт-Бабушкин Ю.У.* Художественная культура: проблемы изучения и управления [Текст]. М.: Наука, 1986. 236 с.
95. *Хан-Магомедов С.О.* Некоторые особенности направленной эстетической оценки нового в дизайне [Текст] //Проблемы формирования эстетической ценности и эстетическая оценка. Труды ВНИИТЭ. Техническая эстетика. № 43. М., 1983. С. 56-63.
96. *Хренов Н.А.* Зрелища в эпоху восстания масс [Текст] /Н.А. Хренов. М.: Наука, 2006. 646 с.
97. *Чегодаева М.* Китч, китч, китч [Текст]. М.: Знание, 1990. 56 с.
98. *Шеллинг Ф.* Философия искусства [Текст]. М.: Мысль, 1966. 496 с.
99. *Шестаков В.П.* Эстетические категории: опыт систематического и исторического исследования [Текст]. М.: Искусство, 1983. 358 с.
100. *Шиллер Ф.* Статьи по эстетике [Текст]. М.- Л.: ACADEMIA, 1935. 792 с.
101. Эстетика [Текст]: словарь /А.А. Беляев. М.: Политиздат, 1989. 447 с.
102. *Яковлев Е. Г.* Эстетический вкус как категория эстетики [Текст] М.: Знание, 1986. 63 с.
103. *Яковлева А.М.* Кич и художественная культура [Текст]. М.: Знание, 1990. 64 с.
104. *Gohen T.* Aesthetic (non – aesthetic and the concept of taste: a critique of Sibley's position [Текст]: Theoria' vol XXXIX (1973). Parts 1-3. P.13-152.
105. *Dieckie Q.* Taste and althide: the origin of the aesthetic [Текст]: Theoria'vol XXXIX (1973). Parts 1-3. P. 153-170.
106. *Klimova G.* Paradoxes of the Totalitarian Taste in the Aesthetic Interpretation of K.S. Petrov-Vodkin [Текст] // The Ural International Journal of Philosophy. – 2000. - №1 (2). – Ekaterinburg - P.167-169. (англ.яз.).
107. *Klimova G., Klimov V.* The Taste in a Polyparadigm System [Текст] // The papers of XV International Congress of Aesthetics in Japan 27-31 August. Tokyo. 2001 – P.105. (на англ.яз.)
108. *Klimova G., Klimov V.* Taste in a Poliparadigm System / Bakhtin. His Intellectual Ambience [Текст]. Gdansk, Poland, Wydawnictwo Uniwersitetu Gdanskiego, 2002. – P. 153-160. (англ.яз.).

109. *Klimova G., Klimov V.* Aesthetic Sense of Proportion as a Changing Social Value [Текст] / Changes in Aesthetics: XVI International Congress of Aesthetics. Rio de Janeiro. Brazil. 18-23 July, 2004. P.47. (на англ.яз.).

110. *Klimova G., Klimov V.* Social and Psychological Foundation of Totalitarian Taste [Текст] // XIV-th International Congress of Aesthetics «Aesthetics as Philosophy». Ljubljana. Slovenija. 1998. P. 148. (англ. яз.)

111. *Klimova G., Klimov V.* The Shine and Poverty of Taste. XVIIth International Congress of Aesthetics «Aesthetics Bridging Cultures», Ankara, TURKEY. 9-13 July 2007. Блеск и сияние вкуса. (англ.яз). XVIII международный конгресс по эстетике «Эстетика как мост между культурами». Анкара. Турция. СД. Оpubл. Январь 2008г. <http://www2.eur.nl/fw/hyper/IAA/index.htm>

112. *König F.U.* Untersuchungen von dem guten geschmack als Anhang [Текст] 1727. 257 p.

113. *Pazura S.D.* Gustibus [Текст]. Warszawa. 1981. 453 p.

114. *Sibley F.* Aesthetics concepts [Текст] //The Philosophical Review LXVII. 1959. 560 p.

### Интернет-ресурсы

1. Ресурсы по нет-арту:

<http://sunsite.cs.msu.su/wwwart>;

<http://www.jodi.org>;

<http://www.design.ru/otitalia>

2. Сообщество «изысканность»:

<http://www.livejournal.com/community/refinement/>

3. Универсальный ресурс по дендизму:

<http://www.dendysm.net>

# С л о в а р ь

## тематические разделы, определяемые:

эстетикой, эстетическим вкусом, чувством меры	дизайном, проектной культурой, композицией, имиджем	творчеством, психологией творчества	современной художественной культурой и артпрактиками
Амикошонство	Ассамбляж	Амбивалентность	Арт-номенклатура
Аристократизм	Бизнес-костюм	Амбигуозность	Арт-рынок
Артистизм	Бренд, брендинг	Афектация	Артефакт
Банальность	Брутальность	Воображение	Архетип
Безвкусица	Визуальный	Идентификация	Богема
Безобразное	Винтаж	Импонирование	Деконструктивизм
Большой стиль	Гамма цветовая	Импровизация	Гламур
Варварский вкус	Гранж	Индивидуальность	Граффити
Вкус эстетический	Дежа вю	Инертность	Кэмп
Возвышенное	Денди, дендизм	Инициатива	Маргиналы
Восприятие эст.	Деформиров. имидж	Инсайт	Массовая культура
Вульгарность	Дизайн	Интуиция	Нет-арт
Галантный	Динамика	Инфантилизм	Опус
Гармония	«Золотое сечение»	Казус	Паттерн
Грация	Идеальный имидж	Катарсис	PR
Декаданс	Имиджирование	Конформизм	Секси
Жеманство	Имиджмейкер	Креативность	Симулякр
Идеал эстетический	Имитация	Кураж	Социализация
Избыточность	Инвариантность	Кумуляция	Социум
Изысканность	Кинесика	Лаконизм	Старизм
Изящное	Комбинаторика	Личн. пространство	Стиляги
Калокагатия	Компиляция	Мониторинг	Тезаурус
Канон	Комплекс	Мотивация	Текст художеств.
Кич	Композиция	Невербальный	Триллер
Комильфо	Контраст	Нигилизм	Фальсифицировать
Красота	Концепция	Нон-конформизм	«Худ. невменяем.»
Критерий	Кутюрье	Новсенс	Шоу
Манерность	Манера	Обаяние	Элитарность
Маньеризм	Метафора	Оригинальность	Эротическое
Мера	Минимализм	Перевоплощение	
Мещанство	Мода, мод. стиль	Перцепиент	
Нормы художеств.	Моделирование	Пластичность личн.	
Образ худ., мысл.	Модельер	Подражание	
Опыт эстетич.	Новатор-во, новация	Резонерство	
Оценка эст.	Нон-фивито	Самоактуализация	
Парадигма	Нувель-кутюрье	Самооценка	
Послевкусие	«Нью-Лук»	Склонность	
Потребность эст.	Нюанс	Стереотипы соц.	
Пошлость	Обобщение	Спонтанный	
Предпочтение	Презентация	Стереотип	

Прекрасное	Престиж	Сублимация
Ретро	Прет-а-порте	Творчество
Сентиментализм	Проектная культура	Толерантность
Совершенство	Пропорциональность	Условность
Содержание и форма	Ритм	Фантазия
Спекулят. эстетика	Ритуал	Фасцинация
Сноб, снобизм	Симметрия	Чувства
Стиль	Синтез	Чувствительность
Суждение эст.	Стайлинг	Экспрессия
Уродливое	Статика	Эвристика
Установка эст.	Стилизация	Экзальтация
Утонченность	Тектоника	Экстраверсия
Фанатизм	Три единства	Эксцентричность
Художественность	Фейсбилдинг	Эмоц. обеднение
Чувство эст.	Фигура	Эмпатия
Шок эст.	Харизма	Эпатаж
Элегантность	Цвет, цвет. тип	«Я-концепция»
Эрзац	«Шанель»	
Эстетизм	Экзерсис	
Эстетика	Эклектика	
Этикет	Эмпирика	
Эфемерный	Эшпигонство	
Язык искусства		

**Амбивалентность** – психологическое понятие, обозначающее двойственность чувственного восприятия, выражающуюся в том, что один и тот же объект может вызывать у человека противоположные чувства: удовольствие/неудовольствие, симпатию/антипатию и др. В эстетике амбивалентность означает двойственность, ориентированность на действительность и идеал; удовольствия через потрясение и сострадание; переживание художественного произведения как действительности и одновременно сознание его условности [101].

**Амбициозность** – самолюбие, доходящее до спесивности и чванства, как правило, демонстративно-критическая вкусовая позиция [59].

**Амиошонство** - устар. бесцеремонное, излишне фамильярное обращение [80].

**Аристократизм** - в общепринятом смысле аристократизм связан с правлением - греческое слово, в буквальном переводе означает «правление лучших», элитарный круг, а могут и не очень выделяться - все это зависит от того, какая приходит эпоха и как складываются обстоятельства. Важнейшей чертой аристократов является именно способность видеть среди общей массы произведений искусства, течений моды, обычаев, нравов, которые создают эстеты, те лучшие образцы, которые по праву можно назвать культурными ценностями, которые впитали в себя много законов и могут служить эволюции следующих поколений [63].

**Арт-номенклатура** - некое современное элитарное сообщество,

состоящее из крупнейших галеристов (владельцев художественных галерей), руководителей художественных музеев, художественных критиков, искусствоведов, кураторов, которое устанавливает в быстро меняющемся арт-мире некие неписанные законы его функционирования и конвенциональную шкалу «ценностей» этого мира. В связи с тем, что в пост-культуре принципиально отсутствуют какие-либо объективные критерии оценки ее продукции (эстетические, этические, духовные, идеологические и т. п.), арт-номенклатура является единственным регулятором в этом мире. Она разрабатывает выставочные, экспозиционные, музейные стратегии, конвенционные критерии (основанные на авторитете своих членов) арт-продукции, «раскручивает» тех или иных представителей арт-деятельности, создает (и снимает) современные кумиры, влияет на политику арт-рынка и т. п. Фактически арт-номенклатура является единственным руководителем и законодателем в современной арт-деятельности и арт-критике. Вне руслу ее идеологии, ее сегодняшних правил игры или без ее одобрения художнику и критику невозможно войти в высший эшелон современного международного арт-сообщества [63].

**Арт-рынок** - один из главных законодателей (наряду и в контакте с арт-номенклатурой) в мире современной арт-продукции и пост-культуры. Владельцы крупнейших и авторитетных галерей современного искусства и тесно связанные с ними модные, «продвинутые» арт-критики определяют всю тактику и стратегию арт-рынка. Для раскрутки, то есть создания определенного повышенного общественного интереса, арт-рынок используется весь могучий аппарат современной манипуляции общественным сознанием: все средства массовой информации, реклама, интернет, искусственное взвинчивание цен и т. п. присмы. В какой-то мере арт-рынок ориентируется на некие тенденции изменений арт-вкуса у современных продвинутых потребителей искусства, но в большей степени он сам стремится диктовать и формировать этот вкус или моду на определенные типы и стилистику арт-продукции. В отличие от арт-номенклатуры, которая занимается в основном элитарно продвинутой частью современной арт-элиты, арт-рынок, торгующий отнюдь не только самой современной и продвинутой продукцией, но и произведениями более ранних эпох, а также изделиями массовой культуры, ориентируется и на усредненные вкусы современных обывателей, как главных своих клиентов. Поэтому структура арт-рынка соответствующим образом стратифицирована в зависимости от стратификации его клиентов [63].

**Артефакт** (лат. arte – искусственно, factus – сделанное) – предмет, являющийся результатом человеческой деятельности.

**Артистизм** – совокупность способностей (перевоплощение, обаяние, заразительность, эмоциональная подвижность), обусловленные физическими данными человека, особенностями его эмоционального аппарата, своеобразием менталитета [36].

**Архетип** (от греч. arche — начало и typos — образ) - прообраз, первоначальный образ, идея; одна из главных категорий «аналитической



психологии» К.Г.Юнга. Соотносятся с бессознательной активностью людей, наряду с инстинктами, являются врожденными психическими структурами, находящимися в глубинах «коллективного бессознательного», и составляют основу общечеловеческой символики. Архетип, по Юнгу, находят свое воплощение в мифах и сновидениях, служат питательной почвой для воображения и фантазии, составляют исходный материал для произведений искусства и литературы [63].

**Ассамбляж** (фр. *assemblage* — соединение, сборка, монтаж) - вид произведения современного искусства, или артефакт, представляющий собой трехмерную композицию, составленную из каких-либо предметов утилитарного назначения или их деталей и обломков или специально созданных объектов и заключенную в пространство какого-либо ящика или коробки [63].

**Аффектация** - неестественность (речи, приемов), чувства напоказ; принужденность, притворство, заученность; вычурность, ломливость, приторность (Толковый словарь Даля)

**Банальность** – отсутствие оригинальности, свежести мысли; избитость. Стандартность, пошлость, мещанская ограниченность. Банальность – абсолютизация утилитарности, прагматического подхода к жизни, догматизма и рутинерства. Художественное творчество, в принципе, противостоит заурядности, банальности, «дурной суете материального мира» (Н. Бердяев), поэтому оно по своей природе метафизично. Конкретным выражением метафизической природы художественного творчества является композиция. Одно из основных, неотъемлемых свойств композиции – новизна – несовместимо с банальностью [19].

**Безвкусица** – отсутствие хорошего вкуса; разг. то, что не отвечает требованиям хорошего вкуса [80].

**Безобразное** - эстетическая категория, противоположная прекрасному и соотносительная с ним. Безобразное характеризует внешне выявленное разрушение некоторой внутренней меры бытия (само слово «безобразное» означает нечто неоформленное, хаотичное, не получившее «образа»). Искусство обращается к воспроизведению безобразного, выражающему негативные стороны действительности, с целью изображения её во всей её полноте. При этом, в отличие от безобразного в действительности, художественное воспроизведение его, как это неоднократно отмечалось начиная с Аристотеля («Поэтика»), доставляет определённое эстетическое удовольствие, связанное с мастерством изображения и эстетической разрядкой отрицательных эмоций [101].

**Бизнес-костюм** (в стиле «яппи») – символ успешной карьеры. Его черты – идеальный покрой, строгие каноны, дорогие качественные ткани; престижность марки («Шанель», «Версаче», «Хуго Босс», «Лакруа») [36].

**Богема** – фр. цыганщина – артистическая среда, образ свободной, независимой жизни. Богемой называют обитателей артистических кафе, клубов, ателье художников [19].

**Большой стиль** – система идей, в которой отражено мировоззрение эпохи, основные типы формообразования оригинальных идей. Большой стиль проявляется в архитектуре, живописи, литературе, музыке («готика», «ренессанс», «барокко», «классицизм» и т.д.) [36].

**Бренд** (англ. brand - клеймо) – термин в маркетинге, торговая марка; символическое воплощение комплекса информации, связанного с определённым продуктом или услугой. Обычно включает в себя название, слоган, логотип и другие визуальные элементы (шрифты, цветовые схемы и символы). Существуют правила его создания: легкость произношения и запоминаемость; индивидуальность; соответствие требованиям регистрации и юридической защиты [28]. Сегодня в более широком значении: максима, девиз, лозунг.

**Брендинг** - процесс создания и управления брендом. Брендом может быть не только компания, товар или услуга, но также человек (часто звёзды шоу-бизнеса выпускают косметику под собственным именем) или административный объект -- город, страна [28].

**Брутальность, брутализм** – (фр. грубый, резкий, жестокий) – в искусстве – прямолинейность выражения, резкость, искренность, граничащая с бесцеремонностью, грубостью, предельной экспрессивностью [19].

**Барварский вкус** - характеристика вкуса потребителей масскульта: интерес к сюжету произведений, эффектной репрезентации красивых вещей, вызывающих непосредственные ощущения, обращенные к чувственному опыту; лишен интеллектуального проникновения в текст/подтекст произведения [70].

**Визуальный** – зрительный, производимый невооружённым глазом или с помощью оптических приборов.

**Винтаж** (англ. Vintage – старый, выдержанный) – произведение дизайнерского искусства, обладающее высокими эстетическими качествами, прошедшее испытание временем - 30 лет и более (одежда, мебель, посуда, ювелирные украшения и т.д.). Винтаж является ценностной ступенью дизайнерского объекта, предшествующей категории антиквариат [28].

**Вкус** - (англ. - *Taste*, французский – *Gout*, немецкий - *Geschmack*), в эстетической сфере способность человека к критическому суждению, к размышлению, пониманию и эстетической оценке явлений жизни и искусства. Вкус – один из сложнейших эстетических феноменов: он глубоко индивидуален и одновременно является общественной нормой, без эволюции которой невозможна смена стиля и моды. Эстетический вкус - эстетическая категория, употребляющаяся в культурологической лексике; способность человека к различению, пониманию и оценке эстетических явлений во всех сферах жизни и искусства; по чувству удовольствия или неудовольствия воспринимать различные эстетические объекты, отличать прекрасное от безобразного в искусстве и действительности. Эстетический вкус — это одновременно чувствительность к красоте и рассудительность; является объектом воспитания [101].

**Возвышенное** - одна из главных категорий классической эстетики, характеризующая комплекс неутилитарных взаимоотношений субъекта и объекта, как правило, созерцательного характера, в результате которых субъект испытывает сложное чувство восхищения, восторга, благоговения и, одновременно, страха, ужаса, священного трепета перед объектом, превосходящим возможности его восприятия и понимания. При этом субъект переживает свою глубинную онтологическую и энергетическую сопричастность или самому «высокому» объекту, свое родство с ним, или трансцендентному архетипу, духовным силам, стоящим за ним; ощущает отсутствие угрозы реальной опасности для себя, т. е. свою внутреннюю свободу и духовное равноправие в системе взаимодействия несоизмеримых величин, где он предстает бесконечно малой величиной [63].

**Воображение** – способность представлять отсутствующий или реально не существующий предмет, удерживать его в сознании и мысленно им манипулировать; способность человека создавать в сознании новые чувственные или мыслительные образы на основе преобразования имеющихся впечатлений [101].

**Восприятие эстетическое** - психический акт, ощущение, выражающийся в целенаправленном и целостном восприятии любого объекта как эстетической ценности, которое сопровождается эстетическим переживанием [101].

**Вульгарность** - (от лат. *vulgar* — простонародный) — пошлый, грубый, упрощенный; этическая категория, обозначающая порок сквернословия, назойливости и чрезмерной сексуальности, отрицательная характеристика низменного, пошлого, неразвитого вкуса [63].

**Галантный** – 1. изысканно-вежливый, любезный. 2. (устар.) связанный с изображением изысканных лирических сцен из жизни придворных дам и кавалеров (в художественном творчестве преимущественно XVIII в.). [101].

**Гамма цветовая** - цветовые особенности колорита, гармонически взаимосвязанные цвета, характеристика «оптической» закономерности, которая объединяет основные цветовые оттенки произведения. Как правило, этот термин сопровождается обычными для цвета определениями (так цветовую гамму называют теплой, холодной, яркой, светлой и т.д.) [28].

**Гармония** – созвучие, согласие, противоположность хаосу – эстетическая категория, означающая высокий уровень упорядоченного многообразия, оптимальное взаимосоответствие различного в составе целого, отвечающего эстетическим критериям совершенства и красоты [101].

**Гламур** –(*glamour*, собственно «шарм», «очарование», «обаяние») — собирательное обозначение роскошного стиля жизни, всего, что обычно изображается на обложках; английское слово *glamour* возникло в средние века как вариант к *grammar* «грамматика», «книга», заимствованного из фр. *grammaire* (развитие значений такое: грамматика → сложная книга → книга заклинаний → колдовство, заклинания → чары, очарование; ср. также фр. *grimoire*, рус. гримуар «книга заклинаний», того же происхождения). В Оксфордском университете до сих пор есть должность профессора *of glamour*

(грамматики). Первые фиксации слова «гламур» (произношение по французскому образцу, хотя в современном виде и значении слово сформировалось в английском) в русском языке отмечены в 1990-е годы, однако широко распространённым оно стало в 2000-е. Слово «гламурно» (в значении неопределённой положительной оценки, с оттенком иронии) вошло в жаргон папонков и оттуда получило дополнительное распространение в русскоязычных текстах Интернета. Применяется прежде всего к моде на одежду и косметику, а в расширительном употреблении — также к стилю жизни, развлечениям и прочему. К «гламурным» обычно относят стандарты одежды и жизни, рекламируемые в «женских» и «мужских» глянцевых журналах (понятия «глянцевый журнал» и «гламурный журнал», «гламур» и «глянцев» часто выступают как взаимозаменяемые). В англоязычном мире слова «гламурное фото» и «гламурная фотомодел» (англ. *glamour photo*, англ. *glamour model*) отсылают прежде всего к определённому жанру эротической фотографии, но в русском языке это далеко не обязательно. В русском языке синонимом к этому слову подходит слово «шикарно, шик»; направление, возникшее в конце 90-х годов, напомнившее образы кинозвёзд 30-х годов, вернувшее в моду роскошь натуральных мехов и перьев, материалов с блестящими поверхностями (атлас, парча, ламэ, металлизированные плёнки и кожа) [63].

Гранж — стиль, возникший в начале 90-х годов, омрачённых экономическим кризисом. Герой этого стиля — нищий или бомж в поношенной одежде с блошиного рынка. Актуальны эффекты намеренно состаренной одежды (трикотаж со спущенными петлями), многослойность, случайность цветовых сочетаний, рисунков, этнические элементы [28].

Граффити — процарапанное, гравированное изображение, надпись, знак. Архитектор венского Модерна А. Лоос в статье «Орнамент и преступление» (1908), выступая за архитектуру функционализма безо всяких украшений остроумно заклеил граффити как форму наивного самодельного искусства. Однако вопреки предсказаниям Лооса «заборное искусство» не только не исчезло, но со стен уборных перешло на стены больших городов. Граффити, стилизованные под грубые надписи подростков и психически неуравновешенных людей, включали в свои произведения великие художники XX века (Х. Миро, П. Клее, М. Эрнс). В сер. XX в. сначала в США, а затем в Европе сформировалось течение «граффитизм», представители которого вдохновлялись низовым городским фольклором и эстетикой дешевых комиксов. Самодельные «райтеры» с помощью аэрографов украшают причудливыми композициями с яркими красками и вызывающими надписями просторные поверхности бетонных ограждений, стен и рекламных щитов [19].

Грация — прелесть, изящество — разновидность прекрасного, заключающаяся в красоте движений; связь внешнего и внутреннего; проявления свободы и творчества; выражение целесообразности. В искусстве понятие грации может быть приложено к движению звуков в музыке, мысли и образов в поэзии, линий в графике, человеческого тела в хореографии [101].

Дежа вю – (уже было) – уже виденное. В постмодернизме использование чужих приемов (кодов), ощущение невозможности неповторимого личного стиля, т.е. когда все приемы уже исчерпаны [63].

Декаданс – упадок. Общее название кризисных явлений посл. четв. XIX в., отмеченных настроением безнадежности, неприятия жизни [28]. (см. эстетизм, элитарность)

Деконструктивизм – направление в дизайне одежды, нарушающее общепринятые нормы, парадигмующее и свободно трансформирующее традиционные формы (основоположники – Ж.-П. Готье, В. Вествуд, Дж. Гальяно). Одежда этого направления – незавершенная, асимметричная, намеренно плохо сидящая на фигуре, со смещенными застёжками, застроченными наружу швами и вытачками, необработанными краями и т.п. [10].

Денди (англ. *dandy*) — (щеголь) социально-культурный тип XIX века: мужчина, подчеркнуто следящий за «лоском» внешнего вида и поведения, изысканностью речи. Денди воспроизводит манеры аристократа, хотя по происхождению чаще всего принадлежит к среднему классу. Тем самым он демонстративно и парадоксально, даже саморазрушительно противостоит принципу уравнительности, диктатуре буржуазной «середины» и посредственности. Именно такое социально-критическое, протестное понимание дендизма развил в своей эссеистике Шарль Бодлер [10].

Дендизм – бытовое явление художественного порядка, получившее разнообразное отражение в Европе. Возникло в Англии в XVIII – н. XIX в. как форма борьбы аристократии против зарождающейся буржуазии [36].

Деформированный имидж – социально неприемлемый (отвергаемый) облик, отражающий деструктивную (разрушительную) направленность манер поведения человека [36].

Дизайн (от англ. *design* — замысел, проект, чертеж, рисунок) – термин, обозначающий различные виды проектировочной деятельности, имеющей целью формирование эстетических и функциональных качеств предметно-пространственной среды (машин, вещей, интерьеров) и основанной на принципах сочетания удобства, экономичности и красоты. В узком смысле дизайн – художественное конструирование. Термин употребляется для характеристики процесса проектирования, результатов этого процесса – проектов, а также осуществленных проектов – изделий, средовых объектов, полиграфической продукции и пр. Выделяют следующие виды современного дизайна. Индустриальный дизайн – проектирование формы изделий, продукции машиностроения, станкостроения, средств транспорта, вооружения. Наиболее массовый характер имеют предметы потребления: бытовые приборы, аппаратура, инвентарь, мебель и оборудование для интерьеров, посуда, столовые приборы, медицинское оборудование, изделия для детей (игрушки), дизайн одежды и аксессуаров. Графический дизайн – визуальные коммуникации, упаковка, реклама, полиграфическая продукция, веб-дизайн. Цель – информация, визуальное ориентирование потребителя, упаковка и представление товара, услуги, фирмы. Компьютерный дизайн переходит из сферы прикладного состояния в самостоятельный вид творчества,

включая Web-дизайн. Дизайн архитектурной среды – охватывает интерьеры и внешнюю архитектурную среду. Цель его – создание комфортной среды обитания в архитектурном пространстве. Сегодня появилось понятие ландшафтного дизайна, потеснившее традиционное садово-парковое искусство и ландшафтную архитектуру. Это создание искусственных, реабилитация разрушенных ландшафтов и декоративная дендрология с целью обеспечения экологического равновесия и создания комфортной среды обитания. **Дизайн выставочных экспозиций**, праздничного оформления среды жизнедеятельности занимает место на стыке графического дизайна и дизайна архитектурной среды, обладая специфическими особенностями и уже сложившимися традициями [28].

**Динамика** – средство композиции: определённое взаиморасположение частей и элементов целого, вследствие чего целое воспринимается или статически неуравновешенным, или закономерно изменяющимся по каким-либо направлениям (по вертикали, по горизонтали, по диагонали). Антоним – статика [28].

**Жеманство** – внешняя манерность в обращении. Слово *жеман* – из народной речи, очевидно, *жеман* обозначало человека, который «жмется», который склонен к ужимкам, кокетливому кривлянию, манерничанью. Слово *ужимки* – также народного происхождения – ближе всего подводит к пониманию той «внутренней формы», которая сначала лежала в основе слова *жеман*. На этом фоне значение глагола *жеманиться* понятно: модничать, ломаться; кривляться, манерно кокетничать. [93]. **«Золотое сечение»** – (правило золотого деления) – геометрическое, математическое соотношение пропорций, при котором целое так относится к своей большей части, как большая к меньшей. Наиболее простой вид золотого сечения представлен в человеческом теле: пропорциональное, совершенно тело, должно поясом делиться в отношении золотого сечения, при вытянутых по швам руках концы средних пальцев должны делить весь рост человека в таком же отношении. «Правило золотого деления» подчиняются все земные предметы, претендующие быть красивыми [101].

**Идеал эстетический** – вид эстетического отношения; высший критерий эстетической оценки; как элемент эстетического сознания находится между эстетическим вкусом и эстетической теорией [101].

**Идеальный имидж** – эталонная модель, разрабатываемая имиджмейкером в процессе работы с клиентом, которая призвана определить принципиальные направления моделирования и разработки технологии имиджирования [36].

**Идентификация** – процесс психологического отождествления индивидом (или группой) себя с другим человеком или группой, общностью, социальной ролью, сопровождающийся чувством причастности к ним, тождественности с ними, «внутреннего срастания», единства и обособленности в особую социальную целостность [80].

**Избыточность** – заимствованное из теории информации; понятие избыточности касается свойств знаков повторять одну и ту же информацию, что приводит к информационному обесцениванию [80].

**Изысканность** – изысканность, обладающая индивидуальностью, характеристика высокого элитарного вкуса [80].

**Изящное** – разновидность прекрасного, характеризующая красоту очертаний предметов, линий, особую их соразмерность, отточенность формы, изысканность, элегантность внешнего вида, грациозность движений, соответствие тонкому взыскательному вкусу [101].

**Имидж** – (англ. *образ*), облик (русская версия) личности, в котором наиболее ощутимо проявляются те качества, благодаря которым достигается эффект персональной привлекательности; это репутация семьи, хозяйствующего субъекта, государственного или общественного учреждения, региона или страны в целом [36].

**Имидж организации** – репутация, сложившаяся у потребителей, партнёров, конкурентов, поддерживаемая имиджмейкерами и специалистами по связи с общественностью [36].

**Имиджирование** – научно обоснованный и технологически апробированный процесс разработки и освоения имиджа, его искусная презентация в общении и в средствах массовой информации [36].

**Имидж-коммуникации** – разнообразные средства невербального и вербального предъявления персонального или группового имиджа и вызова соответствующих впечатлений, в которых заинтересован носитель имиджа [36].

**Имиджмейкер** – специалист по созданию облика отдельной личности или репутации конкретных социумов, демографических слоев, хозяйствующих субъектов, государственных и негосударственных учреждений, регионов, наций, страны [36].

**Имидж-технология** – полнометражная или короткометражная технологии имиджирования, обеспечивающие достижение запрограммированного результата [36].

**Имитация** – подражание. Многозначность понятия приводит к тому, что его сложно использовать: в действительности оно всегда сводится к некоторому набору правил, которые диктуются либо «хорошим тоном», либо постичь истину в последней инстанции. [80]

**Импониование** – формирование межличностных отношений на основе механизмов эмпатии и рефлексии, способствующих их эмоциональной позитивности и комфортности [59].

**Импровизация** — умение быстро реагировать, принимать решения и выдавать результат экспромтом, без подготовки [80].

**Инвариантность** - неизменность какой-либо величины при изменении физических условий или по отношению к некоторым преобразованиям [59].

**Индивидуальность** -- особые качества в индивиде, в частности свойства личности, присущие только ему одному [59].

**Инертность** (малая подвижность) – свойство личности, при котором констатируют замедленность психических процессов, застойность, неподвижность, нарушение переключаемости или патологическая фиксация внимания [59].

**Инициатива** (предприимчивость) – проявление творчества в какой-либо деятельности [59].

**Инсайт** — озарение, догадка, внезапное нахождение решения проблемы, над которой долго думаешь в поисках решения [59].

**Интуиция** – это непосредственное познание действительности, сопровождаемое внутренним ощущением очевидности и основанное на предшествующем опыте и знаниях. И. достаточно индивидуальна, присуща разным людям в разной степени, и тесно связана с эмоциональным состоянием человека. И. усиливается в состоянии тревоги или напряжения [59].

**Инфантилизм** – психопатологическое состояние, характеризующееся задержкой физического и (или) психического развития с сохранением черт, присущих детскому или подростковому возрасту [59].

**Казус** – падение, ошибка, случайность [19].

**Калокагатия** – прекрасный, хороший, нравственно совершенный – одно из центральных понятий античной эстетики, обозначающее гармонию внешнего и внутреннего, которая является условием красоты индивида [101].

**Канон** -- норма, правило – система правил, норм, господствующих в искусстве в какой-либо исторический период или в каком-либо художественном направлении и закрепляющая основные структурные закономерности конкретных видов искусства. Являясь носителем традиций определенного художественного мышления и соответствующей художественной практики, канон отражает эстетический идеал той или иной эпохи, культуры, народа, художественного направления и т.п. В этом его позитивная роль в истории культуры. Затем он становится тормозом в развитии искусства и отбрасывается [101].

**Катарсис** — эмоциональное потрясение, необходимое для выхода из трудного внутреннего состояния, обеспечивающее выход из него, внешнюю разрядку и приводящее к освобождению от мучительных мыслей и переживаний, к возникновению чувства облегчения. В психологии рассматривается как один из способов саморегуляции, в психиатрии — лечения невротиков, в педагогике — методов воспитания («метод взрыва») [59].

**Кинесика** (греч. *kinitikos*) – информативность телодвижения, язык тела [80].

**Кич** – примитивный, тупой (кухонный), в настоящее время определение носит оттенок пренебрежения и презрения. Этот стиль широко используется в современном дизайне, ориентированном на широкого (народного) потребителя. Некоторые значения, существующие еще на этапе формирования термина и отраженные в немецких этимологических словарях, остаются в нем по сей день: коммерческое бытование (использование при описании китча слов «продажа», «распродажа», «сбывание»); негативная оценка (частое упоминание слов мусор, грязь, а также звукоподражание, в котором «шипящий» звук символизирует преувеличенное неприятие); подделка под что-либо ценное и новомодное [101].

**Комбинаторика** – один из приемов композиции, относящийся к способу формосложения. Осуществляется путем соединения формальных



элементов и их вариаций – перестановкой, инверсией (зеркальным отражением, сборотом), чередованием, «игрой» фигуры и фона. По причине ограниченности возможных вариаций одних и тех же элементов комбинаторика, в сравнении с другими приемами композиции, тяготеет не к художественно-образному, а к эстетическому формообразованию и чаще используется в орнаменте, оформительском искусстве, дизайне [19].

**Комильфо** - происходит от французского «*comme il faut*». Дословный перевод «как надо, как следует». Общее значение слова – приличный. Раньше комильфо означало соответствие правилам светского общества. В наше время, если кто-то говорит тебе «выглядишь комильфо» - это значит, что с твоим внешним видом в данный момент все в порядке. Более распространено ироническое выражение «это не комильфо», означающее «это не совсем хорошо», «это непорядочно», «это некрасиво» (некрасиво во всех смыслах) [63].

**Компиляция** (лат. *compilation* – ограбление) – заимствование, соединение результатов чужих исследований и идей без самостоятельной обработки источников, а также сама работа, составленная таким методом. Существуют такие понятия, как компиляция чужих мыслей, текстов, решений, бездарная, беспринципная компиляция [28].

**Комплекс** - (от лат. *complexus* - связь, сочетание), совокупность предметов или явлений, составляющих единое целое [59].

**Композиция** (лат. *compositio* – сочинение, составление, соединение) в дизайне - составление, соединение различных частей в единое целое в соответствии с какой-либо идеей и назначением. Существуют такие понятия как композиционное равновесие, центр композиции, статичность и динамичность, симметрия и асимметрия. К средствам композиции относятся: пропорция, масштабность, метр, ритм, модуль, контраст, нюанс. В зависимости от особенностей строения формы различают три вида композиции: фронтальную, объемную и глубинно-пространственную. Характерным признаком фронтальной композиции является расположение элементов в плоскости, заданной горизонтальной и вертикальной осями координат (например, фасад здания, плоскость стены в интерьере). Объемная композиция характеризуется расположением элементов по трем направлениям пространства, все три измерения одинаково активны. В сравнении с фронтальной композицией здесь значение пространства возрастает, хотя оно еще не становится господствующим и является лишь средством организации объема. Глубинно-пространственная композиция характеризуется взаимоотношением материальных элементов, объемов, поверхностей и пространства, а также интервалов между ними. Измерение глубины в ней активно [28].

**Контраст** – средство композиции: резко выраженная противоположность свойств (цвета, фактуры, текстуры, размера, веса и т.д.). Антоним – нюанс, которого находятся во взаимном и гармоничном единстве [28].

**Конформизм** – подчинение существующему порядку вещей, общепринятым взглядам, моральным и идеологическим общественным установлениям. В обыденном смысле – приспособленчество. Понятно, что конформизм, отчасти вынужденный в жизни, неприемлим в художественном творчестве. В отдельных случаях художник вынужден идти на компромисс с обществом, но гений по определению неконформист [19].

**Концепция** — система исходных теоретических положений, которая служит базой для исследовательского поиска [59].

**Красота** – это объективная совокупность моральных качеств и физических черт какого-либо субъекта, способная вызывать положительные эмоции, выражающиеся в эстетическом восхищении и искренней симпатии. Красота – это собирательный образ. Если имеется в виду внешность, то красота складывается не только из приятных черт лица и гармоничной фигуры, но и поведения, речи и общего образа человека. Красота – крайне абстрактное понятие. Можно определить только описательно – это совокупность неких качеств (как правило, визуальных), которые доставляют моральное удовлетворение индивидууму, воспринимающему эти качества. Критерием красоты является особое, эстетическое чувство, переживание. Это субъективный критерий, но в нем два составляющих компонента: общезначимый и индивидуально – личностный. Общезначимость не распространяется на все человечество. Красота не является общечеловеческой ценностью. То, что считают красивым одни поколения, одни народы и различные социальные группы (например, возрастные), другие поколения, народы и группы могут не считать. В этом смысле красота – относительна. Нет абсолютных эстетических ценностей. Но есть абсолютная общечеловеческая способность отличать красивое от некрасивого, безобразного. Она называется эстетическим вкусом. Вкус может быть более или менее развит. Отсутствие эстетического вкуса обедняет человеческую личность, делает ее не до конца полноценной [101].

**Креативность** - уровень творческой одаренности, способности к творчеству, составляющей относительно устойчивую характеристику личности [59].

**Критерий эстетический** – (греч. *kriterion* — мерило) — признак, на основании которого дается оценка, определение или классификация художественного произведения прежде всего с точки зрения гармонии и красоты (учитываются другие эстетические категории) [101].

**Кураж** (фр. *courage*) мужество, храбрость, смелость, безрассудная отвага. В словаре Ожегова уже: «Кураж - непринужденно-развязное поведение, наигранная смелость»

**Кутюрье** – создатель коллекций одежды «от кутюр» (высокой моды) – уникальных моделей одежды, выполненных в единственном экземпляре вручную в домах высокой моды; член Синдиката Высокой моды в Париже или в подобных организациях других стран [36].

**Кумуляция** – постепенное накопление [59].

**Кэмп** (от англ. *camp* — лагерь, стоянка, место временного пребывания) -термин, означающий в современной эстетике специфический изощренный эстетский вкус и лежащую в его основе специально культивируемую чувствительность, особое эстетическое чувство, ориентированное на все неестественное, преувеличенное до гротеска, иногда вульгарное и грубое, часто шокирующее обывательский вкус, манерное, кичевое, нередко вульгарное, пошлое, безнравственное, порнографическое, но часто — и

предельно утонченное в своем эстетизме (уайльдовское) - как в жизни, так и в искусстве. По-существу, попытка постмодернизма объединить массовое и элитарное в культуре [63].

**Лаконизм** – (краткость) - в эстетике понятие, характеризующее способ максимально обобщенного и предельно краткого выражения творческого замысла художника; выразительность достигается здесь благодаря использованию возможно меньшего числа знаков [100].

**Личностное пространство** – базовая составляющая развивающегося бытия творческой личности. Чем выше интеллектуально-эмоциональная плотность этого пространства (насыщенность событиями и переживаниями), тем креативный потенциал творческой личности выше, то есть способность человека по-иному видеть (мир, ситуацию, проблему) и на основе этого выходить за пределы привычных представлений, что зависит от содержания личностного пространства. Перестройка личностного пространства – главное условие и основное средство саморазвития творческой личности: человек, творящий своё личностное пространство, тем самым творит сам себя и таким образом самоопределяется и саморазвивается как творческая личность [59].

**Манера** – (итал. *maniera*) – характер исполнения какого-либо произведения отдельным автором, его индивидуальный стиль, проявляющийся в выборе художественных средств и их интерпретации. В современной культуре понимание манеры как художественного выражения эпохи в теории и истории искусства полностью вытесняется понятием стиля и применяется лишь для обозначения индивидуального стиля (аналогично понятию «почерк») [101].

**Манерность** – вычурное, неестественное поведение человека с наличием неадекватных жестов и мимики [101].

**Маньеризм** – художественное течение, проявившееся в различных видах искусств Западной Европы XVI в. при переходе от Ренессанса к барокко, когда главной целью искусства было провозглашено следование «красивой и ученой манере» «идеальным образцам Ренессанса. Характерными особенностями художественного решения работ, относящихся к стилю маньеризма, можно считать повышенный спиритуализм (нередко сочетающийся с не менее сублимированным эротизмом или, напротив, подчеркнуто противопоставленный ему); взвинченность и изломанность линий (в частности, использование так называемой «змеевидной» линии), удлиненность или даже деформированность фигур, напряженность поз (контрапост), необычные или причудливые эффекты, связанные с размерами, освещением или перспективой, использование едкой хроматической гаммы, перегруженность композиции и т. д. Есть мнение, что любой Большой стиль неизбежно заканчивается маньеризмом [101].

**Маргиналы** - личности, занимающие промежуточное положение между разными соц. институтами, культурными группами, слоями, потерявшие признаки принадлежности к конкретному из них [59].

**Массовая культура** - наименование феномена, получившего широкое распространение во второй половине XX века. Это определённый вид

культуры, характеризующийся производством культурных ценностей, рассчитанных на массовое потребление и на усредненный массовый вкус, стандартизованных по форме и содержанию, предполагающих коммерческий успех, а также распространяемых средствами массовой информации. Современная массовая культура в России отличается совершенно неуёмным стремлением заполнить собой всё культурное пространство каждого человека, вытеснив из него любые индивидуальные предпочтения. Более того, иногда складывается впечатление, что в России всю массовую культуру «подмял» под себя один клан, который делает на ней свой гешефт. Это косвенно подтверждается тем, что на телеэкранах ежедневно каждый может наблюдать одни и те же лица, которые веселятся, кривляются, что-то празднуют, поют песенки и рассказывают «смешные» шутки. Налицо использование массовой культуры в качестве механизма манипуляции общественным мнением, когда через этот феномен идёт оболванивание народных масс, прививание полного равнодушия к происходящему в стране, отвлечение от насущных проблем, насаждение ложных ценностей и идеалов [101].

**Мера** – в эстетике – категория, выражающая конкретную определенность, целостность и относительную устойчивость; одно из оснований суждения вкуса, отождествляемого прямо «с чувством меры»; регулятивный, нормативный принцип художественной деятельности; в искусстве – необходимость и достаточность определенных количественных характеристик произведения искусства для возникновения присущего ему качества – художественности [101].

**Метафора** (греч. *перенос*) – сходство двух явлений, дающее скрытое сравнение [80].

**Мещанство** — весьма ёмкое определение характера и личности человека. По одному определению, мещанин — это человек, для которого характерны такие черты, как мелочность, скупость, отсутствие твёрдых убеждений, чувства ответственности перед обществом. По другому определению, так характеризуют человека, крайне серьёзно относящегося к вещам как таковым, ставящего их выше других ценностей, и стремящегося к обладанию ими. Ещё одно определение мещанства дал в своих трудах Гессе: «Мещанство подразумевало спокойное следование большинству, для ведения средней умеренной жизни, оно пытается осесть посередине между крайностями, в умеренной и здоровой зоне, без яростных бурь и гроз». Это значение слова «мещанство» появилось во второй половине XIX века, в более раннее время оно обозначало лишь мещанское сословие, не имея негативной коннотации [93].

**Минимализм** – направление, возникшее в конце 90-х годов и провозгласившее культ простых чистых форм и нейтральных цветов с характерным отсутствием деталей [93]

**Мода** - «ходячий обычай; временная, изменчивая прихоть в житейском быту, в покрое одежды и в быту». (В. Даль); (франц. *mode*, лат. *modus* – мера,

образ, способ, правило, предписание) – господство в определенное время в определенной среде тех или иных вкусов в отношении предметов потребления. Внешние проявления культуры, отражающие и воспринимающие изменения в жизни социума [101].

**Мода эстетическая** – временное господство эстетического вкуса в отношении эстетических объектов, а также эстетических аспектов различных явлений, предметов, деятельности и т. д. Она проявляется в создании и оценке произведений искусства, также в их исполнении, воспроизведении или использовании. Мода более поверхностно характеризует явления, нежели стиль или манера. 1. Эстетическая мода имеет ряд аспектов, заслуживающих обстоятельного анализа: экономический, социальный, психологический и т. д. В условиях социализма предполагается сочетание Эстетическая мода с высокими вкусами и эстетическими идеалами, хотя имеются отклонения: порой модными становятся недоброкачественные в эстетическом отношении художественные произведения, предметы прикладного искусства и т. д. В современном обществе мода широко используется для распространения низкопробных произведений искусства или же в чисто коммерческих целях и служит удобным средством вызывать т. наз. «моральное старение» предметов, одежды, стиля в искусстве, что обусловлено прежде всего экономическими и идеологическими факторами [28].

**Моделирование** (фр. *modele* — образец) — процесс создания моделей, схем, знаковых или реальных аналогов, отражающих существенные свойства более сложных объектов (прототипов). Служит исследовательским инструментарием для изучения отдельных аспектов и свойств прототипа [28].

**Модельер** (в русской традиции) – специалист по изготовлению моделей одежды, создатель *экспериментальных* образцов, определяющий образ и стиль, общее конструктивное решение, изобретающий новые технологические решения и разрабатывающий декор, выбирающий цвет и материалы, продумывающий аксессуары и дополнения [28].

**Модный стиль** – стиль, теряющий устойчивость в течение определённого периода времени. Микростили XX века – кантри, вестерн (40-е гг.), нюу лук, «Шанель» (50-е гг.), спортивный, джинсовый, милитари, бельевой, сафари, панк-стиль (70-е гг.), неоклассика, небарокко, секси, корсетный, этнический (80-е гг.), гранж, гламур, минимализм (90-е гг.). Каждый сезон модельеры пропагандируют новые стили [36].

**Мониторинг** (лат. *monitor* — предостерегающий) — система контроля, слежения за процессом и результатами исследования, включает сбор, обработку и анализ информации для коррекции, принятия решений, улучшающих образовательный и исследовательский процессы [59].

**Мотивация** – совокупность стойких мотивов, определяемая направленностью личности, ее ценностной ориентацией и определяющая ее деятельность; важный объект формирования личности в процессе воспитания [59].

**Невербальный** - «знак» несловесный, неязыковый; невербальная коммуникация – это общение без единого слова [59].

**Нет-арт** (net art — от англ. net — сеть, art — искусство) - новейший вид искусства, современных арт-практик, развивающийся в компьютерных сетях, в частности, в сети Интернет (www). Суть нет-арта - не репрезентация, а коммуникация, и своеобразной арт-единицей - является электронное послание. Главной особенностью нет-арта на сегодня, как и пост-культуры в целом, является принципиальное отсутствие четкого разграничения искусства и не искусства; художественного и нехудожественного. Основными характеристиками его являются не утилитарность, прямой контакт между художником и реципиентом, интерактивность, свобода бытия в киберпространстве, коммуникативность. Представляется, что нет-арта имеет большое будущее [63].

**Нигилизм** — мировоззрение отрицания всех гуманитарных (человеческих) ценностей — добра, истины, красоты, смысла жизни. Нигилизм непримирим, он имеет воинственный, агрессивный характер. Не случайно нигилистические тенденции так ярко проявились в официальном искусстве тоталитарных режимов [19].

**Новаторство, новация** — неотъемлемое свойство творческого мышления человека, и в частности художественного творчества. Качествами новации творчество в художественных образах отличается от искусства в широком значении этого слова. Основа художественного творчества — композиция — является новацией по определению. Поэтому в отличие от общепринятых определений новаторской деятельности в науке, технике новаторство в художественном творчестве не означает каких-либо существенных изменений в отношении предмета и метода, а предполагает следование главным композиционным закономерностям (шутка художников: «искусство никуда не движется, ему хорошо там, где оно есть»). Художественное творчество не боится плагиата и конкуренции, оно бесконечно по своей природе. Напротив, идея авангардизма заключается не в обновлении, а в отрицании традиционного содержания художественного творчества [19].

**Нон-финито** (итал. non-finito — незаконченное) - концепция, возникшая в западноевропейской эстетике в 50-60 гг. XX в. Суть ее сводится к тому, что художник далеко не всегда доводит свое произведение до полной «логической» завершенности (как правило, в области формы), а оставляет его в стадии определенной недосказанности, открытости для субъекта восприятия. Новая для западноевропейской эстетики концепция «незавершенности», «недосказанности», открытости «формы» лежала в основе многих направлений восточных эстетик (особенно чань (дзэн) - буддизма); вообще характерна для художественного мышления различных культур Востока. В западном искусстве она стала регулярно ощущаться с импрессионизма, особенно сильно проявилась у некоторых дадаистов и в постмодернизме; метод художественного проектирования в дизайне [63].

**Нонконформизм** — стремление личности, во что бы то ни стало перечить мнению большинства и поступать противоположным образом, не

считаясь ни с чем; можно соотнести нонконформизм с амбициозным вкусом и безапелляционными суждениями в искусстве [59].

**Нонсенс** – бессмыслица, нелепость, пустяк. Иногда – забавный вздор, привлекательная несуразица. В отношении художественного творчества термин «нонсенс» может приобретать парадоксальный смысл: восхитительное, неожиданное открытие, потрясающее, впечатляющее событие, новаторская композиция [19].

**Нормы художественные** – руководство, правило, образец – исторически сложившиеся способы и правила, на основании которых создается произведение искусства, это – требования творческого метода; стиля; жанра; способов организации пространства и времени в искусстве; соотношение пропорций и т.д. Они могут носить как содержательный, так и формальный характер (Буаю «Три единства» – в искусстве классицизма). Иногда они возникают стихийно и не осознаются; бывают устойчивыми и преходящими, обязательными и необязательными. Нормы творчества исторически меняются под влиянием потребностей общественного развития, утверждения определенных стереотипов психофизиологического восприятия особенностей языка искусства, состояния науки и техники и, наконец, закономерностей развития искусства как относительно самостоятельной системы [101].

**Нувель-кутюр** (новая высокая мода) – понятие, возникшее в 70-е годы, когда новые стили стали рождаться именно в коллекциях прет-а-порте [36].

**«Нью-Лук»** (новый взгляд) – элегантный, женственный, романтический стиль, созданный Кристианом Диором в 1947 году. Представляет образ идеальной женщины с тонкой талией, покатыми плечами, пышными юбками. Для «Нью лук» характерны отточенная скульптурная форма моделей (три ведущих силуэта: «широкий клешёный», «овальный», «прямой»), тщательный подбор аксессуаров [36].

**Нюанс** – средство композиции: малозаметный переход или различия свойств (в цвете, размерах, в площадях и т.д.). Антоним – контраст [28].

**Обаяние** – умение светиться людям, вызывая у них симпатию и доверие [36].

**Обобщение** – процесс от частного к общему, один из разделов мыслительной операции человека, основанной на анализе, синтезе, сравнении и классификации [59].

**Образ** – чувственная форма психическое явление как результат познавательных процессов, при которых субъективное представление о предмете воспринимается головным мозгом и имеет временную динамику [59].

**Образ художественный** – всеобщая категория художественного творчества, форма истолкования и освоения мира с позиции определенного эстетического идеала путем создания эстетически воздействующих объектов. Художественным образом также называют любое явление, творчески воссозданное в художественном произведении. Художественный образ диалектичен: он объединяет живое созерцание, его субъективную

интерпретацию и оценку автором (а также исполнителем, слушателем, читателем, зрителем). Художественный образ создается на основе одного из средств: изображение, звук, языковая среда, — или комбинации нескольких. Он неотъемлем от материального субстрата искусства. Например, смысл, внутреннее строение, чёткость музыкального образа во многом определяется природной материей музыки — акустическими качествами музыкального звука. В литературе и поэзии художественный образ создается на основе конкретной языковой среды; в театральном искусстве используются все три средства. В то же время, смысл художественного образа раскрывается лишь в определённой коммуникативной ситуации, и конечный результат такой коммуникации зависит от личности, целей и даже сиюминутного настроения столкнувшегося с ним человека, а также от конкретной культуры, к которой он принадлежит. Поэтому нередко по прошествии одного или двух веков с момента создания произведения искусства оно воспринимается совсем не так, как воспринимали его современники и даже сам автор [101].

**Образное мышление** — вид мышления, сущность которого в оперировании образами ранее бывших восприятий [59].

**Опус** — произведение искусства, не имеющее определенного названия, девиза, надписи, темы или сюжета. Тип предметного воплощения образа, имеющий формализованный характер. Опусы — произведения авангардного искусства — поп-арта, дадаизма, сюрреализма, футуризма, кинематического искусства [19].

**Опыт эстетический** — под этим термином подразумевается то, что испытывает зритель (слушатель, участник). Для приобретения эстетического опыта требуются знания некоторых идеологических и художественных кодов [101].

**Оригинальность** — первоначальность, первичность — самобытность, неповторимость эстетического объекта и субъекта, проявляющаяся в богатстве и своеобразии содержания и формы произведения искусства, в глубине и нестандартности эстетического восприятия мира, в оценке и критической интерпретации явлений искусства [101].

**Оценка** — вид суждения (качественный или количественный) об определенном феномене. Например, оценка качественная — глазомер или индивидуальное мнение; оценка количественная — оценка ценностных ориентаций личности или группы [59].

**Оценка эстетическая** — способ установления эстетической ценности какого-либо объекта, осознаваемый результат эстетического восприятия, обычно фиксируемый в суждениях типа «Это красиво!», «Это уродливо!» и т.п. Оценке подлежат все предметы и явления, доступные непосредственно-чувственному восприятию или воссоздаваемые воображением и вызывающие у человека специфическую эмоциональную реакцию — эстетическое чувство [101].

**Парадигма** — совокупность теоретических, методологических и иных установок, принятых научным сообществом на каждом этапе развития научной дисциплины, которыми руководствуются в качестве образца (модели, стандарта) при решении научных проблем; определенный набор предписаний (регулятивов) [59].



**Паттерн** - модель или образец [28].

**Перевоплощение** – способность к внутренним и внешним изменениям [80].

**Перципиент** - вообще тот, кто воспринимает, субъект восприятия [59].

**Пластичность личности** – способность личности к адаптации и формированию как проявление взаимодействия процессуального и содержательного [59].

**Подражание** – особенность поведения в форме копирования, как правило, чужого поведения и действия или следование какому-либо примеру и образцу. Подражание бывает произвольным и произвольным [59].

**Послевкусие** - (persistence) – вкусовое ощущение, остающееся на нёбе после дегустации; синоним продолжительности впечатления (без какой-либо количественной оценки) [15].

**Потребность эстетическая** – заинтересованность человека в эстетических ценностях, исходный момент освоения и создания эстетического человеком в разнообразных формах деятельности. Эстетическая потребность строится на бескорыстном отношении субъекта к эстетическому объекту. Выступая исходным импульсом для творческого восприятия мира и преобразования его по законам красоты, эстетическая потребность способствует самотворческому развитию личности, совершенствованию человека. Она является фундаментом, на котором строится эстетическая культура личности и представляет собой первоначальный компонент в структуре эстетического сознания. Потребность эстетическая тесно связана с эстетическим чувством; она влияет на формирование эстетических вкусов и идеалов в конечном акте процесса эстетического познания – в эстетической оценке [101].

**Пошлость** – банальность, серость, бездуховность; прил. - пошлый - безвкусная и безнравственная грубость; это лень ума и чувства. Пошлым может быть и разврат, и добродетель, и стадность, и оригинальничание, и стертость и нарочитая краснота. Ее всегда чувствуешь, но не всегда можешь точно определить [93].

**Предпочтение** – объект, легче других становящийся мотивом деятельности [59].

**Презентация** – предъявление, представление, демонстрация каких-то данных или имиджа в целом [36].

**Прекрасное** – категория эстетики, характеризующая явления, обладающие высшей эстетической ценностью. Как эстетическая ценность прекрасное отличается от нравственных и теоретических ценностей (добра, истины) тем, что оно связано с определённой чувственной формой и обращается к созерцанию или воображению; в отличие от утилитарно-полезного, восприятие прекрасного носит бескорыстный характер [101].

**Престиж** – ориентации, определяющие степень ценности данного феномена для конкретной личности (группы). Производное понятие престижа – авторитет [59].

**Прет-а-порте** (понятие, появившееся в 50-е годы) – готовая одежда высокого качества, на которой стоит имя известного модельера либо известная торговая марка [36].

**Проектная культура** – так называемая «третья культура» (после материальной и духовной), или «Дизайн с большой буквы» — реальная проектность как ценность и содержание многих видов деятельности человека и как особый тип его мышления. Идет поиск и моделирование нового образа культуры, способной преобразовывать различные знания и навыки в формы деятельности, которые уже стали реальностью бытия. Проектирование становится естественной чертой нашего сознания, распространяясь почти на все сферы человеческого существования [28].

**Пропорциональность** – правильно найденная соразмерность всех элементов и частей, составляющих форму, гармоническая согласованность их размерных отношений: линейных, площадных, объемных [101].

**Пропорция** (лат. *proportio* – соразмерность) – закономерное соотношение частей предметов или явлений между собой и целым [28].

**Профессиональный имидж** – облик человека, отражающий его профессиональную деятельность; важное условие профессиональной самореализации и достижения профессиональных успехов [36].

**PR** – планируемые продолжительные усилия, направленные на создание и поддержание доброжелательных отношений и взаимопонимания между организацией и общественностью; жанр социально-политического проектирования - PR –дизайн [59].

**Резонерство** – тип мышления, характеризующийся склонностью к пустым, бесплодным, основанным на поверхностных и формальных аналогиях и рассуждениях [59].

**Ретро** (франц., лат. *retro* – назад, вспять) – ориентированный на прошлое, старину, стиль, основу которого составляет нарочитая имитация форм, характерных для стилей прошедших эпох [28].

**Ритм** – средство дизайнерской композиции, суть которого состоит в пропорционировании пространственных решений для достижения их целостности. Основано на закономерном чередовании каких-либо их частей и элементов (деталей, форм, объемов) здания, улицы, двора, площади, города [28].

**Ритуал** — форма социально санкционированного упорядоченного символического поведения, совокупность регулярно совершаемых действий и их установленный порядок [59].

**Самоактуализация** – стремление человека к возможно более полному выявлению и развитию своих личностных возможностей [59].

**Самооценка** – оценка индивидом самого себя как личности, своих возможностей, качеств и места среди других. От С. зависят взаимоотношения с окружающими, критика, воля и требовательность к себе, отношение к успехам и неудачам [59].

**Секси** – новый стиль, сложившийся в 80-е годы из пропаганды культа тела и здорового образа жизни. Выражается в подчёркивании всех достоинств фигуры при использовании нижнего белья (корсетный стиль Ж.-П. Готье),

новых материалов, позволяющих добиться максимального облегания (лайкра, стрейч и т.п.) [36].

**Сентиментализм** - творческий метод и литературное направление эпохи Просвещения, в котором вместо классического культа разума утверждается культ чувства; в его основу был положен принцип «подражания природе», которая представлена рационалистически гармоничной и совершенной как идеальное творение Бога. Это направление отмечено повышенным интересом к человеческим чувствам, эмоциональному восприятию окружающего мира. Для сентиментализма характерна оценка человека исходя из того, в какой мере он способен на большие, искренние и глубокие чувства [101].

**Симметрия** – соразмерность; в искусстве – принцип гармонизации художественного произведения; как вид художественного обобщения симметрия предполагает сведение структурных элементов в единую систему, подчиненную законам построения геометрических фигур на плоскости и в пространстве [101].

**Симулякр** – лат. видимость, подобие, призрак, тень, притворство. По определению Ж. Бодрийяра, симулякр – не просто «обманчивая видимость», а «копия без оригинала», своеобразное издевательство над самим изобразительным искусством, поскольку изображать нечего, действительности нет, мир понимается «как текст», а «текст – как действительность». Постмодернистские симулякры представляют собой мнимость, обманчивое удвоение миражей, присваивание смысла пустоте. Симулякр является продуктом симуляции творчества, поэтому он провоцирует на подмену художественной реальности конструированием псевдощедей, игрой в дизайн. Аналогом симулякра в массовой культуре является кич, комикс – пародия, триумф пошлости и примитива над художественно-образным мышлением человека [19].

**Синтез** – мыслительное соединение отдельных признаков, элементов, частей в единое целое, что позволяет переходить от более частных понятий к общим и их системам [59].

**Склонность** – одна из форм направленности личности, включающая в свою структуру интерес и волевое стремление осуществлять его в своей деятельности. Склонность, как правило, положительное, внутреннее мотивированное отношение к какому-либо занятию [59].

**Совершенство** – как категория эстетики - наиболее полное выражение сущностных качеств объекта, достигнутая мера данного вида; чувственное переживание совершенства и потребность в нем [101].

**Содержание и форма в искусстве** - философские категории, отражающие взаимосвязь двух сторон природной и социальной реальности: определённым образом упорядоченной совокупности элементов и процессов, образующих предметы или явление, т.е. содержания и способа существования и выражение этого содержания, его различных модификаций, т.е. формы. Понятие формы употребляется также в значении внутренней организации содержания, и в этом значении проблематика формы получает дальнейшее

развитие в категории структуры. Вся история искусства свидетельствует о том, что художественная ценность и сила воздействия произведений искусства во многом зависят от выразительности художественной формы и от её соответствия содержанию произведения. Это обусловлено тем, что в художественном отображении действительности решающая роль принадлежит художественной форме, а определяющая содержанию произведения [101].

**Социализация** — процесс усвоения каждым человеком (от момента рождения и до конца жизни) и активного воспроизводства в особенностях своей личности и поведении опыта, накопленного человечеством и воплощенного в достижениях современной цивилизации [59].

**Социализация личности** – приобретенное в процессе воспитания социально значимые свойства личности, отражающие общественное сознание, взаимодействующее с биологически приобретенными ее свойствами [59].

**Социальная стереотипия** – вид социальной установки, значимый для данной личности, которая устойчива и четко выражена [59].

**Социум** — большая устойчивая общность, характеризующаяся единством условий жизнедеятельности людей, общим местом проживания и наличием, вследствие этого, общей культуры [59].

**Спекулятивная эстетика** – с позиций философии беспочвенное умозрение, бесплодные отвлеченные рассуждения. Обмирщение искусства, сведение высоких идей к низменным темам, бытовым сюжетам, гедонизму также является спекулятивной тенденцией, получившей интенсивное развитие в периоды кризиса изобразительного искусства. Спекулятивный расчет строится на эпатаже обыденного сознания; эксплуатации привлекательных, загадочных тем и сюжетов в коммерческом искусстве с целью получения материальной выгоды [9].

**Спонтанный** – самопроизвольный, возникающий без внешнего воздействия [59].

**Спонтанный имидж** – облик человека, сформированный под влиянием различных обстоятельств, а потому часто внутренне противоречивый, отражает дисгармонию между внешним (демонстрируемым) и внутренним (проживаемым) состояниями [36].

**Сноб** (англ. *snob*) — термин, изначально характеризовавший людей неблагородного происхождения (обычно термин употреблялся в аристократической среде), стремящихся «пролезть» в высшее общество. *Snob* — во многих языках мира это слово неизменно пишется именно так. Сейчас так говорят о человеке, тщательно подражающем аристократическим манерам, изысканности, надменности, претендующем на изысканно-утонченный вкус, на исключительный круг занятий, интересов. Снобы особо тщательно следуют правилам высшего света и пренебрегают всем, что выходит за эти правила. Отсюда возникло понятие *снобизм*. Популярная версия происхождения этого слова — сленговое название студентов Йтонского университета в начале XIX века, где «нобы» (ученики

благородного происхождения, вероятно от слова англ. *noble* — дворянин) противопоставлялись «снобам» (неблагородным). Но иногда утверждают, что слово происходит от сокращения «s. nob.» (от лат. *sine nobilitate* — неблагородного происхождения) [101].

Снобизм — поведенческая модель или стиль жизни, заключающийся в подражании аристократическим манерам, вкусам, поведению высшего общества; претензия человека на принадлежность к высшим социальным слоям. Также словом *снобизм* могут обозначать конкретный поступок или высказывание, характеризующееся подобным поведением. Человек, отличающийся снобизмом, называется *снобом*. Существует определение понятия *сноб*, как пустой, ограниченный человек, увлекающийся внешним лоском, однако такое определение неверно; характерное поведение, образ мыслей, манеры индивида, претендующего на элитарность, заключающееся в восхищении всем первоклассным, начиная произведениями искусства, заканчивая одеждой, тем, что должно характеризовать интеллектуального и образованного выдавшего виды человека — одного из немногих; снобизм заключается именно в том, что *сноб* ценит предметы и явления не за их качества, а только за то, что эти предметы и явления ценят представители элиты, к коим *сноб* хочет быть причастным. Снобизм отличается от лицемерия тем, что *сноб*, до конца не отдавая себе отчета, искренне считает себя интеллектуалом, в чем его убеждают манеры и вкусы *сноба* [101].

Стайлинг — художественно-проектная деятельность, направленная на формирование коммерчески выгодного нового внешнего решения объекта, но не затрагивающая его технологических качеств. Как правило, стайлинг осуществляется на основе уже «готового», технологически разработанного (решенного) объекта. Стайлинг ориентирован, в основном, на моду, потребительскую конъюнктуру и т.п. В отдельных случаях стайлинг может быть формой (способом) проявления и осуществления индивидуальных (субъективных) намерений проектировщика, а также потребителя (заказчика) [28].

Старизм — (от англ. *star* — звезда) — гиперболизированный в западных странах культ знаменитостей, идиолов, актеров, спортсменов. Старизм составляет неотъемлемый элемент функционирования массовой культуры, где все усиливается тенденция превращения в «звезд» политиков, ТВ-ведущих, прессы — энкорменов (англ. *anshor* — ставить на якорь, скреплять), чья личная популярность часто держится на созданном для них имидже [101].

Статика — средство композиции: определенное взаиморасположение частей и элементов целого, вследствие чего целое воспринимается устойчивым, неизменным, монументальным. Антоним — динамика [28].

Стереотип — стандартизированный, привычный образ мысли, восприятия, отношений и поведения [59].

Стиль — идейная и художественная общность приёмов определённого периода и в отдельном произведении (объекте дизайна); художественно-пластическая однородность предметной среды [28].

Стилизация — использование в творческой деятельности уже встречающихся в истории мировой художественной культуры форм и

приемов, стилевых черт в новом содержательном контексте для достижения определенных эстетических целей. Источником стилизации может быть стиль или манера определенного автора или исполнителя, творческого направления и школы, арсенал характерных форм исторического стиля, народной культуры. Стилизация может способствовать усилению выразительности в серьезных произведениях искусства и в то же время может быть средством «легкого» успеха у публики с невзыскательным вкусом, относящейся к искусству как к виду развлечения, аффектации. Оценка стилизации в каждом конкретном случае требует серьезного анализа в контексте общественных и художественно-образных задач искусства [101]. Позитивна в дизайн-образовании как упражнение по формообразованию и моделированию.

**Стиляги** — советская молодежная субкультура конца 1940-х — начала 1960-х гг., имевшая в качестве эталона западный (преимущественно, американский) образ жизни. Стиляг отличала нарочитая аполитичность, определённый цинизм в суждениях, отрицательное (или безразличное) отношение к некоторым нормам советской морали. Стиляг выделяла из толпы яркая, часто нелепая, одежда, определённая манера разговора (особый сленг). Им был присущ повышенный интерес к западной музыке и танцам. Субкультура стиляг явилась своеобразным стихийным протестом против навязываемых стереотипов поведения, а также против единообразия в одежде, в музыке и в стиле жизни [63].

**Сублимация** — в психоанализе З. Фрейда один из механизмов психологической защиты, снимающий напряжение в ситуации конфликта путем трансформации инстинктивных форм психики в более приемлемые для индивида и общества [59].

**Суждение** – вид мышления, позволяющий устанавливать простейшие связи между познаваемыми феноменами. Суждение лежит в основе оценки чего-либо, а при групповом суждении – в основе группового мнения [59].

**Суждение эстетическое** – (суждение вкуса) – как способность к различению, пониманию и оценочному суждению о реалиях жизни и искусства, основание и критерий развитости эстетической культуры личности [101].

**Творчество** в общем смысле — процесс человеческой деятельности, создающий качественно новые материальные и духовные ценности или итог создания субъективно нового [59].

**Творчество художественное** – создание новых эстетических ценностей, понимаемое, в широком смысле, как творчество «по законам красоты», а в более узком – создание (и творческое исполнение) произведений искусства [101].

**Тезаурус** – сокровищница, клад, запас – полный набор знаний, сведений в какой-либо области, позволяющий человеку ориентироваться в этой области и вырабатывать суждения, взгляды, концепции, теории.

**Текст художественный** – смысловое целое, являющееся организованным единством составляющих его элементов; сообщение, направленное автором (адресантом) читателю, слушателю (адресату). Смысл текста определяется его отношением к внетекстовой реальности, другим

текста, к личности, к памяти и другим качествам передающего и принимающего сообщение. Текст выполняет три основные функции: передачу информации, выработку новой информации и память (хранение информации) [101].

**Тектоника** – художественное выражение закономерностей строения, соотношения нагрузки и опоры, присущих конструктивной системе сооружения или скульптуре, это свойство всех природных и архитектурных форм [28].

**Тенденциозное восприятие** – это предвзятое, одностороннее восприятие с целью его навязывания другим лицам [59].

**Типизация** – способ художественного обобщения действительности, выявления характерного, существенного в жизненных явлениях и предметах, осуществляемый с помощью специфических изобразительно-выразительных средств [101].

**Толерантность** – способность организма переносить какие-либо воздействия без развития соответствующего обратного эффекта [59].

**Три единства** – (правило трех единств) – одно из требований эстетики к драме («Поэтическое искусство» Буало). Исходя из принципов классицистской эстетики, заключающейся в том, что произведение искусства должно являть собой «подражание природе» и истинное «правдоподобие», теоретик утверждал, что в драме необходимо соблюдать единство действия (не может быть отклонений от основной событийной линии), единства места и времени (действие должно разворачиваться лишь в одном месте и на протяжении только одних суток) [101].

**Триллер** – распространенный в массовой культуре декоративно-приключенческий жанр: роман, фильм, пьеса об убийцах, гангстерах, сыщиках. Особенность эстетики триллера состоит в том, что происходит смещение акцентов с описаний непосредственных преступлений на их подготовку, на создание гнетущей атмосферы ожидания чего-то страшного [101].

**Уродливое** (см. безобразное).

**Условность** – одно из существенных свойств искусства, подчеркивающее отличие художественного произведения от воспроизводимой в них реальности [101].

**Установка** – внутреннее состояние готовности человека определенным образом воспринимать, оценивать и действовать по отношению к объектам, предметам и явлениям действительности, зависящая от наличия потребности и объективной ситуации в ее удовлетворении. У. как свойство личности рассматривается как направленность [59].

**Установка социальная** – готовность, предрасположенность личности, группы к определенному восприятию ожидаемого социального объекта, события, проявления определенного отношения к нему и реализации социально значимого поведения, отвечающего ему [59].

**Установка эстетическая** – предрасположенность, готовность субъекта к эстетической деятельности; ожидание, предвосхищение определенного эстетического эффекта, основанное на предшествующем опыте. Искусство

широко использует механизм установки в целях усиления ожидаемого эстетического эффекта и преодоления стереотипизации эстетического восприятия. В эстетической установке различают три уровня: - психическая установка (пример, Станиславский «театр начинается с вешалки»); - социальная или аттитюд (фр.- позиция) – (пример, театр Брехта или современная рок-культура с ее непосредственной публицистической обращенностью к социальным чувствам публики); - художественная установка – сознательная игра с эстетическими ожиданиями, сложившимися стереотипами в целях обновления эстетического чувства его субъекта [101].

**Утонченность** - изысканность, изощренность; это сочетание вкуса, образованности и интереса к культуре во всех ее проявлениях; это умение видеть и ценить прекрасное не только по отношению к общепризнанным культурным ценностям, но находить его и в обыденной жизни; это свободное следование нормам нравственности и морали, уважение к религии и почтение к науке и искусству; это умение разглядеть и оценить каждую деталь, идет ли речь о произведении искусства или о бытовой ситуации; это чувство гармонии и художественной соразмерности [101].

**Фальсифицировать** – исказить, подделать с целью выдавать за подлинное, настоящее (документ, факт, эпизод и т.д.) [59].

**Фанатизм** – непоколебимая и отвергающая любые иные альтернативы приверженность индивида к определенным убеждениям, которые находят выражение в его деятельности и общении [59]. В отношении вкуса – это нарушение меры.

**Фантазия** – наиболее выраженное творческое воображение [59].

**Фасцинация** (англ. *очарование*) – словесное воздействие на людей, при котором потери информации в общении сводятся к минимуму [36].

**Фейсбилдинг** (англ.) -- строительство лица [36].

**Фигура** – двухмерная или трехмерная модель какого-либо явления действительности [28].

**Харизма** — свойство некоторых лидеров внушать своим последователям веру в их исключительные способности и вызывать преклонение перед собой и послушание [59].

**«Художественная невменяемость»** - термин искусства постмодернизма. Поведение художника, не рефлексирующего по поводу конкретной культурно-исторической ситуации, ведущего себя неадекватно, вопреки действительной жизненной обстановке, находящегося вне времени [19].

**Художественность** -- мера эстетической ценности произведения искусства, степень его красоты; предполагает органическое соответствие содержания произведения его форме [100].

**Цвет** – одно из образительных средств искусства, основанное на природе зрительных ощущений и способствующее отражению многообразия предметного мира во всем его красочном богатстве. Использование цвета в художественном произведении зависит от следующих факторов – техники, стиля, вида искусства, авторского замысла, индивидуальности мастера. Система цветовых сочетаний в живописи – колорит, в архитектуре –



полихромия, где большое значение имеют свойства разных цветов (теплых и холодных), соотношение друг с другом (яркие или сдержанные, интенсивные или блеклые, спокойные или напряженные) [101].

**Цветовой тип** – спецификация внешнего облика человека в зависимости от цвета кожи, глаз, волос [28].

**Чувства** – особая форма психического отражения как объективная форма совокупности устойчивых эмоциональных черт человека на реакцию окружающей действительности [59].

**Чувствительность** – способность к ощущению и реагированию на сравнительно слабые или незначительно отличающиеся друг от друга воздействия [59].

**Чувство эстетическое** – непосредственное переживание человеком своего эстетического отношения к действительности. Несмотря на амбивалентность эстетического чувства (нравится – не нравится), в нем всегда преобладает положительная эмоция, даже в отношении к ужасному и безобразному. Обладая врожденными предпосылками и будучи субъектным эстетическое чувство социально обусловлено. Кант отметил его всеобщность: то, что нравится мне, является предметом всеобщего удовольствия. Социальная детерминированность обуславливает и его историчность: для каждой исторической эпохи характерен свой тип эстетического чувства, находящий выражение, в том числе и в искусстве: (слезливый сентиментализм, героически-иронический романтизм, рефлексивный реализм и т.д.) [101].

**«Шанель»** – классический стиль благодаря простоте форм, практичности и узнаваемости. Подходит всем, независимо от фигуры, возраста [36].

**Шок эстетический** - обостренная до предела эстетическая оппозиция, вызывающая у реципиента чрезвычайно острую, а порой и болезненную эмоциональную реакцию, вплоть до отторжения. В неоклассике шоковая эстетика связана с нарушением общепринятых эстетических норм, традиционных вкусов. Ее диапазон простирается от новаций авангарда, экспериментов сюрреализма и абсурдизма до порноэстетики, эстетизации насилия и жестокости в кинематографе, психосоматических эффектов страха, ужаса в виртуальной реальности. Шок - основа художественной провокации, а также саспенса. Он может быть вызван такими разнородными художественно-эстетическими явлениями, как контрасты, диссонансы, асимметрия; гротескное, безобразное, ужасное, монструозное. Его может также спровоцировать кич. К шоку эстетическому нередко прибегают реклама и мода [63].

**Шоу** – англ. show – зрелище, показ – спектакль, который нередко сопровождается проведением каких-либо мероприятий в общественной или культурной жизни, например, конкурсы красоты, вручение литературных или театральных премий. Массовая культура смещает акценты в сторону внешних эффектов, призванных приукрашивать, карнавализировать содержание происходящих событий [101].

**Экспрессия** (лат. *выражение*) – выразительный, способный отразить эмоциональное состояние [59].

**Эвристика** - (от греч. отыскиваю, открываю), 1) специальные методы, используемые в процессе открытия нового (эвристические методы). 2) Наука, изучающая продуктивное творческое мышление (эвристическая деятельность) [28].

**Экзальтация** – повышенное настроение с оттенком неестественной восторженности [59].

**Экзерсис** – упражнение, исполнение, осуществление, опус, произведение искусства, экспромт [19].

**Эклектика** (греч. *eklektikos* – выбирающий) – сочетание в объекте разнородных по стилю, происхождению, противоположных по художественному смыслу, несовместимых элементов [28].

**Экстравертированность (экстраверсия)** – особенность личности, проявляющаяся в повышенном стремлении к общению с другими людьми, более интересными для него [59].

**Эксцентричность** – необычность, неправильность, нестандартность поведения, приверженность к странному, нарушающему логику и привычный порядок вещей [19].

**Элегантность** – (от фр. *élégant*, «изысканный, грациозный, утонченный, изыдкий») — этико-эстетическая категория, выражающая цивилизованную красоту с консервативным отсылком к классике XVIII—XIX века. Характеризуется благородной простотой, спокойствием, расслабленностью, строгостью и плавностью. Ассоциируется с роелем, костюмом, вечерним платьем, женскими шляпками. Антитеза экстравагантности. Элегантная женщина — это та женщина, которая нашла свой собственный стиль одежды, придерживается его и все время заботливо следит за собой, зная, что ей действительно идет, а что нет. Истинная элегантность в одежде предполагает изысканность и гармонию, созданную ее тщательным выбором. «Мне не надо много, достаточно самого лучшего» — эти слова Уинстона Черчилля как нельзя лучше определяют смысл и понятие истинной элегантности. Элегантность в одежде подчиняется возрасту, фигуре, времени дня и конкретным обстоятельствам. Большое значение придается аксессуарам, обуви, сумкам и перчаткам [36].

**Элитарность** – избирать, выманивать, выведывать – обозначение качества наивысшей сложности, в искусстве – художественной формы, доступной для восприятия и понимания лишь немногим ценителям и знатокам, вкус которых отшлифован специальными знаниями и значительным «зрительным опытом». Элита – узкий круг любителей, знатоков; элитарное - наиболее утонченное, изысканное искусство. Подобное понимание сложилось в результате длительного процесса обмирщения искусства, «снижения стиля» в западноевропейском искусстве XVI-XVII вв. Разделение на аристократическое и простонародное искусство, тяготеющее к архаике и примитиву, привело к тому, что наивное искусство, народное творчество, народные промыслы и художественные ремесла оказывались

более консервативными, в то время как к области элитарного (аристократического) искусства отходили более динамичные, экспериментальные формы. Творчество элитарных мастеров при благоприятных обстоятельствах (когда оно не сдерживается консервативными вкусами заказчиков) опережает свое время [19].

**Эмоциональное обеднение** (аффективная тупость) – утрата аффективной (эмоциональной) отзывчивости или ее недостаточность при бедности эмоциональных проявлений [59].

**Эмоция** – психический процесс, отражающий непосредственное чувственное переживание человека, связанное с его отношением к тем или иным явлениям действительности [59].

**Эмпатия** — способность индивида эмоционально отзываться на переживания другого человека; сопереживание, достигаемое мысленной постановкой себя на место другого человека и представлением того, что он переживает, что он чувствует, каково его эмоциональное состояние в данный момент [59].

**Эмпирика** – воспринятый человеческий опыт или наблюдение в естественных условиях [59].

**Эпатаж** – скандальная выходка, поведение, вызывающее шок, приводящее в изумление. Крайности находятся за границами эстетического восприятия, поэтому эпатаж, скандал относятся к внеэстетическим и тем более к внехудожественным реакциям. Эпатаж свойственен не классическому, а авангардному искусству [19].

**Эпигонство** – творчески несамостоятельное следование отжившим идеям, принципам и методам какой-либо художественной школы, научного или идейного течения в изменившейся исторической обстановке. В искусстве эпигонство проявляется в механическом заимствовании и воспроизведении актуальных в прошлом сюжетов, конфликтов, формальных технических приемов [101].

**Эрзац** -- замена, замещение – неполноценное возмещение, подлог; суррогат. Традиционно этот термин используют с негативным оттенком в отношении издержек цивилизационной стадии развития культуры [19].

**Эротическое** - понятие, обозначающее переживания и фантазии, связанные с сексуально-чувственной областью жизни человека. Многочисленные современные исследования отличает изглад на эротическое искусство как органичный и захватывающий способ избежать автоматизма существования, противостоять рационализму «здорового смысла», погружаясь в очищающее пространство влечения [63]. Вкус является инструментом различения эротического в художественной культуре от порнографических шуток.

**Эстетизм** – обычно довольно критичный термин применяется в следующих случаях:

- настаивание на чисто эстетической стороне образа, стремление только к формальной красоте;

- поиски искусства для искусства и проповедование автономии искусства;

- нечеткое вписывание в создаваемый образ; например, излишняя роскошь может привести к «эстетической болезни», гипертрофии формальной красоты [101].

Эстетика (от греческого *aisthetikos* — чувствующий, чувственный) — философская наука, изучающая сферу эстетического как специфического проявления ценностного отношения между человеком и миром, и область художественной деятельности людей [101].

Эстетическая ценность - термин, служащий для обозначения объекта эстетического отношения в его положительном значении. Эстетическая ценность — особый класс ценностей, существующий наряду с другими (материальными, этическими, религиозными и другими); объединяющим для них является общая цель: все виды ценностей (добро, польза, красота, справедливость и т. д.) характеризуют значимость объекта для человека. Специфичность эстетической ценности определяется своеобразным характером эстетического отношения человека к действительности: чувственно-духовным, бескорыстным восприятием, ориентированным на познание реальных объектов. Эстетической ценностью обладают предметы, явления, сам человек (его облик, поведение); вещи, создаваемые людьми; продукты духовной деятельности [101].

Этикет - (франц.) чин, порядок, светский; принятая, условная вежливость; церемониал; внешняя обрядовость. Этикет - это не только правила хорошего тона за каким-либо действием, но и правила поведения человека, общепринятые порядки, которые несут в себе отражение личности человека, его духовной просвещённости и характера в целом.

Этикет – это порядок поведения в определенной ситуации. Например, деловой этикет – это правила поведения сотрудника на работе, на переговорах, на банкете с присутствием деловых партнеров и все в таком духе. Обычный, общий этикет рассказывает, как принимать гостей и самому ходить в гости, как держаться или дарить подарки. Вплоть до того, в какой руке принято держать нож, а в какой вилку. Интересно, что каждая культура дополняет общепринятый этикет своими национальными особенностями. Первоначально был только придворный этикет, а теперь их множество. Например, этикет дипломатический или воинский. Конечно, большинство правил совпадает, но и специфика, свойственная каждой профессии, тоже присутствует. Современный этикет появился не вчера, а складывался на протяжении веков, и иногда (впрочем, малозаметно для нас) изменяется и теперь [36].

Эфемерный – мимолетный, скоротечный – в общем значении этого слова – неотъемлемое свойство изобразительного искусства. В конкретном смысле эфемерными называют призрачные фантастические образы, темы и сюжеты. Эфемерной является мода по отношению к стилю. Эфемерия – мнимый объект, иллюзия. Композиция, не имеющая смысла,

отражающая абсурдность существования человека и искусства в посттехнической цивилизации [19].

**Язык искусства** – совокупность исторически сложившихся, особых в каждом виде искусства материальных средств и приемов создания художественного образа, т.е. изобразительно-выразительных средств. В отличие от словесного языка элементы языка искусства обладают не конкретным предметно-понятийным значением, а лишь возможностями, предпосылками образного значения, реализуемыми художником в процессе творчества. Язык искусства не существует вне сферы искусства. Он эволюционирует медленнее, нежели образное содержание художественного творчества [101].

**«Я-концепция»** – совокупность представлений индивида о себе, сопряжённая с отношением к себе и к отдельным своим качествам [36].

Научное издание

КЛИМОВА ГАЛИНА ПАВЛОВНА  
КЛИМОВ ВИКТОР ПЕТРОВИЧ

ЭСТЕТИЧЕСКИЙ ВКУС  
КАК  
ПРОЕКТНАЯ КУЛЬТУРА И ТВОРЧЕСТВО ЛИЧНОСТИ

Монография

Текст печатается в авторской редакции

Подписано в печать Формат 60 x 84/16. Бумага для множ. аппаратов.  
Печать плоская. Усл. печ. л. 12,3 Уч.-изд. л. 12,6 Тираж 100 экз. Заказ № 159  
ГОУ ВПО «Российский государственный профессионально-педагогический  
университет». Екатеринбург, ул. Машиностроителей, 11.

---

Отпечатано в ООО "ТРИКС". Свердловская область, г. Верхняя Пышма, ул. Феофанова, 4